

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Perkembangan *food and beverage* (FNB) di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Menurut data yang di diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat diperoleh data bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2,54% sejak tahun 2020 hingga 2021. Sektor FNB yang berkembang salah satunya berada di desa Kemuning membuat sebuah peluang bisnis FNB salah satunya yaitu Ngoro Donker Tea House. Ngoro Donker Tea House merupakan tempat makan yang menjual makanan dan minuman yang terletak di dekat kebun teh di desa Kemuning yang menawarkan suasana *relax* dan asri yang dipadukan dengan bangunan yang bersejarah bekas peninggalan kantor Belanda.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan bersama pemilik Ngoro Donker Tea House dapat diperoleh data bahwa Ngoro Donker Tea House memiliki kekurangan pada media promosi yang mereka gunakan. Selain itu juga didukung dengan hasil wawancara baik dengan pelanggan loyal maupun orang lain yang belum pernah berkunjung ke Ngoro Donker dapat diperoleh data bahwa media promosi yang dimiliki Ngoro Donker kurang menarik sehingga kurang dapat mempengaruhi calon konsumen untuk mau datang ke tempat tersebut. Calon konsumen akan merasa tertarik untuk datang ke sebuah lokasi tempat baru jika mereka melihat iklan dalam bentuk *video* karena dirasa memberikan kesan yang meyakinkan jika dengan *video*. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh Ngoro Donker *Tea House*, penuli melakukan perancangan iklan guna menyelesaikan permasalahan tersebut.

Perancangan iklan untuk Ngoro Donker Tea House dimulai dengan melakukan pengumpulan data menggunakan teknik metode kualitatif menggunakan *interview* dengan narasumber, *Focus Group Discussion* (FGD), observasi, dan dokumen. Selain itu penulis juga melakukan studi eksisting terhadap

iklan yang pernah dilakukan. Metode perancangan yang penulis gunakan untuk merancang karya menggunakan metode Robin Landa yaitu “Six Phase of Project Process”. Data yang penulis peroleh akan penulis jadikan sebagai informasi atau *insight* yang dapat membantu penulis dalam merancang strategi yang tepat yang nantinya akan dijadikan bahan untuk *brainstorming*. Pada proses awal yaitu *brainstorming*, penulis membuat *mindmapping* setelah itu penulis kembangkan menjadi *keyword*, *big ideas*, dan *concept*. *Keyword* yang dihasilkan berupa *relax*, ala Belanda, dan *vintage*. Kemudian dari *keyword* tersebut mendapatkan *big ideas* berupa “Kados Priyayi” dalam bahasa Jawa yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia “Seperti Bangsawan”. Konsep dari perancangan yang penulis lakukan yaitu “nuansa baru untuk kembali ke masa lalu”. Penggambaran suasana minum teh masa kini dengan cara minum teh ala Belanda yang membawa kita pada zaman dahulu bagaimana para bangsawan menikmati teh.

Pada proses *design* dan *production*, menggunakan aset *video* yang diambil penulis kemudian melakukan teknik *editing digital imaging* dan *color grading* untuk memberikan *mood* warna berdasarkan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu juga terdapat *audio* serta *copywriting* untuk memberikan informasi *audience*. Media utama yang penulis gunakan yaitu Instagram *reels ads* dan untuk media pendung terdapat Instagram *feeds ads*, Instagram *story ads* dan konten, Facebook *ads*, Tiktok *ads*, Youtube *ads*, Google *ads*, dan *billboard*.

## 5.2 Saran

Dalam melakukan perancangan tugas akhir ini tentunya terdapat berbagai kekurangan dalam perancangan iklan untuk Ndro Donker Tea House, berikut merupakan kesimpulan dan evaluasi yang dapat penulis pelajari yaitu:

- a. Pada setiap perancangan desain memerlukan sebuah analisis data serta penciptaan ide dan konsep unik dan menarik yang menjadikan berbeda dengan kompetitor lainnya. Ide tersebut harus menjadi solusi yang unik yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ditemukan.

- b. Memperdalam pengetahuan mengenai teori-teori yang relevan yang sesuai dengan perancangan dan melakukan implementasi teori tersebut ke perancangan.
- c. Dalam penentuan media harus mempertimbangkan segala aspek dari kebutuhan media terhadap karya hingga *budgeting*. Perancangan karya juga dapat dilakukan dengan menggunakan *mockup* yang sesuai dengan perancangan agar dapat memberikan gambaran dari karya yang dibuat.
- d. Pada proses akhir yaitu melakukan analisis desain yang telah di buat. Berpikir kritis untuk melakukan analisis desain akan membuat penulis mempelajari apa yang diterapkan pada perancangan tersebut sudah tepat atau belum sehingga mengetahui kesalahan yang dapat dihindari dan diterapkan pada perancangan selanjutnya.
- e. Pada proses perancangan dibutuhkan kekonsistenan dalam pembuatan pesan agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas kepada audience. Pemilihan pesan dapat menggunakan salah satu jenis majas agar pesan dapat tersampaikan.
- f. Dalam teknik pengambilan gambar membutuhkan beberapa teknik tidak hanya menggunakan teknik *close up* namun bisa diperbanyak *angle* dalam pengambilan *video*.

Demikian saran yang telah penulis peroleh, semoga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk perancangan dikemudian hari.