

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Mengikuti perkembangan popularitas *virtual youtuber* yang ada di Indonesia, sebuah bisnis pembuatan virtual avatar bernama Arive Studio didirikan pada tahun 2022 lalu. Sebagai bisnis yang berkembang, Arive Studio menawarkan tipe jasa yang unik kepada kliennya dalam bentuk pembuatan desain karakter serta model avatar virtual untuk keperluan konten kreator. Namun dikarenakan usia dan jenis bisnis dari Arive Studio masih baru, ini mengakibatkan *awareness* masyarakat pada bisnis masih lemah.

Dalam upaya menyelesaikan perancangan ini, dilakukan lah tahap seperti penentuan target audiens, pemahaman topik, serta idetifikasi masalah sehingga solusi yang diberikan dapat di terima dan digunakan secara efektif. Dalam perancangan ini target audiens yang dipilih adalah mereka yang berumur 18-25 tahun, berpendidikan minimal SMA dan D3, konten kreator, aktif dalam media sosial, serta memiliki sifat wibu. Selain itu, berdasarkan hasil riset berupa studi pustaka dan pengumpulan data berupa metode kualitatif, dapat ditemui kalau alasan Arive Studio sebagai bisnis lemah dalam bidang *awareness* dikarenakan penggunaan sosial media dan kontak yang terbatas sehingga bisnis tidak berhasil dalam memperkenalkan diri dalam penggapaian yang luas. Maka dari itu diperlukannya sebuah perancangan media berupa promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan bisnis kepada audiens.

Mengacu kepada metode *Advertising by Design* milik Landa (2010) sebagai metode yan efektif dalam mempromosikan karya, perancangan disusun melalui beberapa tahapan seperti *overview* untuk memahami target audiens dan topik yang dibahas, *strategy* untuk mengatur perencanaan dalam mendekati target audiens dengan karya, *idea* untuk mengumpulkan ide, *design* sebagai tahapan penentuan aset dasar yang digunakan serta *production* dan *implementation* sebagai langkah untuk membuat dan mengimplementasikannya kepada audiens. Berdasarkan

tahapan yang dilakukan, penentuan media utama dalam upaya promosi dipilih dalam bentuk website yang kemudian diikuti dengan media sekunder seperti iklan pada Instagram, Twitter, dan Tiktok, serta sampel desain dari avatar.

Pemilihan media berupa website sebagai media utama dilakukan karena sifat dari *website* sebagai media promosi yang *cost efisien*, penyampaian konten yang berkredibilitas, aksesibilitas yang fleksibel dilakukan target audiens, dan berperan dalam menunjukkan keberadaan bisnis di dunia maya agar bisnis dapat tetap bertahan dalam persaingan modern. Namun sebagai media promosi yang efektif, *website* merupakan media yang pasif sehingga memerlukan bantuan media lain untuk memperkenalkan atau mengarahkan *user* kepadanya. Maka dari itu ditentukannya pemilihan media sekunder berupa iklan dalam berbagai sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok dengan tujuan selain dari memperluas nama dari bisnis, namun juga iklan juga berperan dalam mengarahkan target audiens langsung ke media utamanya. Dan pengarahan kepada media utama ini pemilihan media sekunder berupa sampel avatar dapat berperan dan memberikan *experience* yang meningkatkan pertimbangan target untuk menggunakan jasa dari Arive Studio.

Untuk memperkuat hasil solusi yang disusun, penulis juga melakukan tahap uji coba yang dilakukan sebanyak dua kali dengan percobaan pertama dilakukan kepada segala golongan target audiens dan yang kedua dilakukan kepada audiens yang mendekati sifat dari target audiens yang dituju. Berdasarkan hasilnya dapat dikatakan kalau perancangan yang disusun dapat menempati titik sukses dalam upayanya memperkenalkan bisnis Arive Studio.

5.2 Saran

Selama masa pengerjaan tugas akhir, banyak sekali ilmu dan tantangan yang penulis dapat dan rasakan baik dalam melakukan riset ataupun pada saat perancangan. Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan kepada pembaca selama melawati pengalaman tugas akhir ini

- 1) Kenali topik yang diangkat secara mendalam. Ini berujuan untuk persiapan bagi pembaca agar tidak mengalami kesulitan dalam

melakukan pencarian informasi dan pendekatan kepada target audiens yang dituju.

- 2) Manfaatkan waktu sebaik mungkin dengan jadwal. Setiap waktu luang yang pembaca miliki pada saat menghadapi masa tugas akhir, akan lebih baik digunakan seminimal mungkin itu untuk melakukan riset, mencicil karya, ataupun mengerjakan laporan. Sebab ini akan sangat membantu pembaca dalam meringankan tugas yang perlu diselesaikan pada saat tanggal pengumpulan sudah dekat.
- 3) Kerjakan perancangan sesuai dengan yang dibutuhkan dan bukan yang diinginkan. Dalam menyusun sebuah tugas akhir, tugas utama kita sebagai desainer adalah untuk menyelesaikan masalah melalui karya perancangan. Maka dari itu ingatkan kembali diri anda untuk menyelesaikan kebutuhan yang diperlukan oleh perancangan terlebih dahulu untuk menyelesaikan masalah terlebih dahulu sebelum kita menambahkan unsur pendukung yang diinginkan.
- 4) Pandailah dalam menyampaikan pesan. Bagi pembaca penyampaian pesan dan komunikasi itu penting dalam melaksanakan pengerjaan tugas akhir. Sebab apabila terjadi miskomunikasi antara mahasiswa dengan dosen maka akan berkemungkinan kalau pengerjaan tugas akhir dapat dikatakan salah bahkan gagal dalam menyelesaikan permasalahan topik yang ingin diangkat
- 5) Bagi para pembaca, teliti kembali hasil batasan masalah dan riset yang sudah dikumpulkan. Dalam perancangan ini, penulis memiliki kekurangan pada penelitian kualitatif khususnya *Focus Group Discussion* yang dimana seharusnya penelitian ini dilakukan kepada para *potential customer* dari bisnis Arive Studio dan bukan kepada target audiens yang kebanyakan dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.
- 6) Perhatikan kembali tujuan dan ide ditentukan untuk memberikan solusi. Berhubung media promosi mengacu kepada pilar persuasi pada keilmuan desain komunikasi visual, perancangan yang telah dibuat penulis seharusnya lebih memperhatikan cara penyampaian pesan melalui *tone of*

voice yang sudah ditentukan serta memanfaatkan penggunaan kata yang sifat persuasif atau mengajak kepada target audiens.

- 7) Sekunder namun tetap penting. Walaupun media sekunder tidak sebesar media primer pengerjaannya, namun ini pengerjaan media ini masih sama pentingnya. Terdapat kekurangan pada media sekunder yang seharusnya dibuat dengan lebih teliti dalam penggunaan dan penerapan *grid*, serta penyetakan kata dan bahasa.

Demikian pesan yang dapat penulis sampaikan kepada pembaca. Semoga melalui saran yang telah disampaikan ini, pembaca dapat lebih teliti dalam menyampaikan solusi dan mengerjakan karya untuk menghindari beberapa kesalahan seperti yang dilakukan oleh penulis.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA