

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Keluaran karya video profile MORIHAUS *Collection* berdurasi satu menit dengan 3 versi dan empat menit telah dipublikasikan oleh IDEMU melalui platform Instagram dan Youtube. Sedangkan untuk *collateral product* MORIHAUS, telah digunakan oleh perusahaan di showroom IDEMU-South 78. Proses perancangan product profile MORIHAUS, melewati tiga tahapan utama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi, pada tahapan pra-produksi penulis membuat konsep dasar seperti mock-up *collateral product*, storyboard dan storyline yang turut didiskusikan dengan pihak perusahaan agar selaras dengan gaya visual dan standar perusahaan. Tahapan selanjutnya yaitu produksi, disini penulis mulai mengeksekusi konsep yang telah dirancang sebelumnya, baik pengambilan video dan pembuatan desain *collateral product*. Tahapan terakhir adalah pasca produksi, yaitu penulis memastikan bahwa video produksi melalui proses penyuntingan sesuai dengan standar perusahaan dan mendapatkan perizinan publikasi. Setelah semua proses tersebut, penulis akan melakukan evaluasi yang dilakukan oleh internal perusahaan dan eksternal berdasarkan *insight report*.

Melalui keluaran karya *product profile* yang meliputi empat jenis video profile dan tiga jenis *collateral product* berbentuk poster, brosur, dan *floor sticker*. Perancangan ini berhasil menjawab serta memenuhi tujuan utama perancangan karya yaitu menyediakan media komunikasi yang informatif dan terstruktur, serta menjawab kebutuhan perusahaan terkait alat pemasaran yang efektif berbentuk digital maupun cetak. Keluaran karya *product profile* ini diharapkan tidak hanya sebagai strategi promosi untuk mengembangkan *awareness* dari MORIHAUS *Collection*, tetapi juga diharapkan mampu mendukung kegiatan penjualan perusahaan.

## 5.2 Saran

Saran penulis terhadap perancangan karya *product profile MORIHAUS Collection by IDEMU* dibagi menjadi dua hal yaitu:

### 5.2.1 Saran Akademis

Hasil karya yang telah dibuat tentu masih memiliki beberapa kekurangan yang dapat dijadikan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya. Pada hal ini, penting bagi mahasiswa yang ingin melakukan perancangan tugas akhir *product profile* untuk memahami dasar-dasar dari komunikasi visual seperti tipografi, elemen grafis, teknik videografi dan penyuntingan video. Pemahaman dasar ini dirasa diperlukan bagi perancang *product profile* agar proses pra-produksi hingga pasca produksi karya dapat berjalan lebih efektif.

### 5.2.2 Saran Praktis

Pada proses pembuatan *product profile MORIHAUS Collection by IDEMU*, telah dihasilkan empat *video profile*, poster, brosur, dan *floor sticker*. Pada tahap awal *pitching* konsep perancangan karya atau pra- produksi, pihak perusahaan mengatakan bahwa tidak adanya *graphic standard design* (GSM) atau panduan desain visual yang tetap. Namun, setelah karya *product profile* memasuki tahapan final, pihak perusahaan memberikan GSM dan menyatakan bahwa karya yang telah dibuat oleh perancang tidak sesuai dengan gaya visual atau standar brand. Oleh karena itu, diharapkan apabila nantinya perusahaan dijadikan sebagai tempat pembuatan karya mahasiswa, dapat dengan jelas dari awal masa pra-produksi menyampaikan standar gaya visual maupun GSM, guna mengurangi ketidakefektifan dalam proses perancangan karya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A