

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan dan implementasi proyek *cluster product profile* yang telah dijelaskan pada Bab IV, dapat dilihat dari meningkatnya *views* pada Reels Instagram, serta jumlah *views* dan *likes* pada *product page* Shopee. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa karya ini berhasil memenuhi *target* yang telah ditetapkan pada Bab I, yaitu dalam meningkatkan *brand & product awareness* terhadap produk Rootin Drip Coffee. Proyek ini dirancang secara strategis dengan mempertimbangkan *target audience*, kondisi *market* kopi yang *segmented*, dan kebutuhan promosi produk yang tergolong *niche*; dengan mengombinasikan media digital dan *offline* melalui pembuatan empat *promotional video* dan tiga *collateral product* (*poster*, *trifold brochure*, dan *point-of-purchase*). Seluruh proses dikerjakan dengan terstruktur, mulai dari *pre-production*, *production*, hingga *post-production*, dimana penulis telah menyesuaikan dengan teori/konsep *videography* dan *graphic design* yang relevan.

Melalui proses evaluasi yang dilakukan secara internal dan eksternal, karya memiliki dampak yang positif dalam mendukung promosi Rootin Drip Coffee dan mendukung tujuan berikutnya pada Bab I. Dari segi eksternal, kuesioner menunjukkan nilai yang cukup tinggi dari para responden, dimana 3 kesan paling kuat yang berhasil ditonjolkan dari produk Rootin Drip Coffee adalah praktis, menarik, dan simpel. Secara internal, perusahaan menginformasikan bahwa proyek juga menunjukkan dampak yang bisa berhubungan dengan peningkatan penjualan, terutama terlihat dalam bentuk *engagement* di *platform* media sosial. Proyek ini menunjukkan bahwa karya *video* dan *printed design* yang dirancang dengan mempertimbangkan *audience* dapat menjadi alat bantu komunikasi yang berdampak, bahkan untuk produk kopi berkualitas yang masih tergolong *niche*. Dengan demikian, karya diharapkan dapat dipandang sebagai kontribusi yang baik bagi universitas secara akademis, perusahaan, dan para calon *customer*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Untuk mahasiswa yang ingin melakukan perancangan karya serupa, disarankan untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap strategi pemasaran yang menggabungkan media digital dan cetak agar lebih terhubung. Penulis menemukan bahwa pemahaman terkait karakteristik *target audience* memiliki peran penting dalam membuat materi komunikasi yang menarik bagi para *audience*, yang tentunya juga perlu didukung oleh pengumpulan *data* agar materi yang dibuat dapat menyelesaikan suatu masalah yang nyata. Universitas dapat meningkatkan materi yang berkaitan dengan *brand guideline*, yang relevan pada pembuatan *collateral product*, agar *design* dapat memiliki *brand continuity* yang baik.

Salah satu hal yang membantu penulis saat berhubungan dengan tim seperti *videographer*, *video editor*, *talent*, dan *graphic designer* adalah pemahaman pribadi atas proses kerja dan penggunaan alat *shooting*, aplikasi *video editing/graphic design*, serta dalam mengarahkan *talent*; yang didapat dari pembelajaran di kampus ataupun pengalaman pribadi. Hal ini tentunya sangat membantu dalam bekerja secara tim, khususnya berkomunikasi menggunakan bahasa teknis yang mereka pahami.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dalam pengerjaannya, proses perancangan karya seperti *promotional video* membutuhkan perencanaan teknis dan alokasi sumber daya yang sangat matang. Selain membuat jadwal kerja yang terstruktur karena kondisi di lapangan tidak selalu sesuai rencana, penulis juga menyarankan untuk melakukan simulasi sebanyak mungkin atas segala hal yang akan dilakukan pada hari-H. Hal tersebut penulis lakukan untuk menghindari mengalami masalah saat *production/shooting*, yang biasanya memiliki waktu terbatas. Meski demikian, langkah baiknya bagi siapapun yang mengerjakan proyek serupa untuk tetap menyediakan rencana alternatif ataupun solusi terhadap resiko yang bisa terjadi.