

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Lugo Coffee merupakan kedai kopi yang berada di Kota Tulungagung Jawa Timur, yang dapat dinikmati dari berbagai kalangan yang gemar nongkrong rentang usia 21 tahun sampai 30 tahun. Seiring berkembangnya waktu, saat ini sudah banyak kedai kopi di Kota Tulungagung. Hal ini membuat Lugo Coffee harus pintar dalam bersaing dengan kedai kopi yang lain.

Saat berkumpul dengan teman saling bertukar cerita sambil nongkrong di Lugo Coffee sangat menyenangkan, dengan suasana yang nyaman, layanan yang ramah, tempat yang tertata rapi dan bersih, bahkan memiliki *rooftop* yang tidak kalah menarik dengan kedai kopi yang lain. Namun informasi mengenai Lugo Coffee masih sangat kurang karena lokasi dari Lugo Coffee tidak berada di tengah Kota Tulungagung. Sehingga dibutuhkan media promosi yang menarik dan unik agar dapat menyampaikan informasi ke masyarakat. Upaya agar Lugo Coffee lebih dikenal oleh masyarakat dibutuhkanlah media promosi yang sedikit berbeda dari kedai kopi lain yang berada di Kota Tulungagung yaitu menggunakan video promosi menggunakan dua Teknik yaitu *Stop Motion* dan *B-Roll*. Video tersebut dilengkapi dengan informasi tentang Lugo Coffee agar masyarakat penasaran dan tertarik untuk datang berkunjung dengan temannya dan menikmati suasana dan menu yang dihidangkan oleh Lugo Coffee.

Dalam perancangan video promosi menggunakan dua Teknik yaitu Teknik *stop motion* yaitu suatu teknik animasi untuk membuat objek yang dimanipulasi secara fisik agar terlihat bergerak sendiri. Setiap pergerakan dari objek tersebut difoto (*frame individual*), sehingga menciptakan ilusi gerakan ketika serangkaian *frame* dimainkan berurutan secara berkesinambungan. Sedangkan Teknik kedua yang digunakan yaitu Teknik *B-Roll* adalah *footage* yang relevan untuk mendukung kelengkapan dan kebutuhan scene atau gambar utama. Desain final video promosi berupa video *stop motion* berdurasi 1 menit 41 detik dan video *B-Roll* berdurasi 36 detik.

6.2 Saran

Setelah melalui proses perancangan yang dilakukan untuk membuat “Perancangan Media Promosi Lugo Coffee di Tulungagung Menggunakan Media Videografi “ terdapat beberapa saran membangun agar perancangan serupa bisa menjadi lebih baik di masa yang akan datang,. Saran ini ditujukan bagi peneliti selanjutnya, bagi Universitas Ma Chung, dan masyarakat yang melihat hasil dari penulis ini. Adapun saran-saran tersebut adalah:

6.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi para peneliti yang akan membuat perancangan serupa di masa yang akan datang diharapkan agar memikirkan konsep yang matang agar proses pembuatan video lancar tanpa kendala, mempelajari teknik apa saja yang harus dikuasai pada saat *take* video dan *Manage* waktu yang baik agar video yang dihasilkan lebih maksimal.

6.2.2 Bagi Universitas

Bagi Universitas diharapkan untuk menggunakan media konsultasi *online* yang dapat memiliki kesepahaman yang sama antara pembimbing 1 dan 2. Hal ini agar dapat memiliki pemahaman yang sama dari ketiga pihak (pembimbing 1, pembimbing 2, dan mahasiswa) terhadap perancangan. Selain itu, model konsultasi *online* dirasa kurang efektif untuk dapat berkonsultasi sehingga menyebabkan penghambatan untuk mencari dosen dalam berkonsultasi.

6.2.3 Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan dapat memiliki keingintahuan yang tinggi agar tidak tertinggal dengan informasi penting terkini. Karena saat ini media sosial adalah media informasi yang sangat mudah diakses. Video promosi ini merupakan bukti bahwa inovasi seseorang yang dapat memberikan sesuatu yang baru kepada orang lain. Diharapkan, masyarakat agar dapat wawasan baru dalam hal video promosi dan dapat memodifikasi dengan gaya yang lebih unik dari video promosi ini agar memiliki daya Tarik kepada orang lain.