

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa video sinematik promosi Alpina ini dirancang secara khusus untuk menarik perhatian generasi muda, khususnya audiens yang berusia 18-25 tahun. Kelompok usia ini umumnya terdiri dari pelajar atau mahasiswa yang tinggal di perkotaan, dengan fokus utama pada wilayah Jawa Barat. Pemilihan target audiens ini didasarkan pada gaya hidup dinamis mereka yang cenderung tertarik pada aktivitas luar ruang dan petualangan. Sebelum memasuki tahap perancangan, dilakukan serangkaian langkah awal yang sangat penting. Proses ini dimulai dengan pengumpulan data mendalam mengenai merek Alpina, yang melibatkan riset tentang sejarah, nilai-nilai, serta produk-produk yang ditawarkan oleh merek tersebut. Setelah tahap riset selesai, proses dilanjutkan dengan pencarian ide-ide konsep yang dieksplorasi baik secara tertulis maupun visual. Hal ini bertujuan untuk menemukan pendekatan kreatif yang tepat dalam menyampaikan pesan utama dari video promosi. Konsep yang terpilih kemudian dituangkan dalam penulisan *storyline* yang bertujuan untuk membentuk narasi kuat dalam video, serta pembuatan *storyboard* yang menjadi panduan visual bagi tim produksi dalam mengatur pengambilan gambar. Proses pembuatan *storyboard* ini memastikan bahwa setiap adegan dalam video selaras dengan visi kreatif yang telah dirumuskan.

Selanjutnya, dilakukan pengambilan video sesuai dengan panduan *storyboard* tersebut. Proses pengambilan gambar dilaksanakan dengan fokus pada penggambaran elemen-elemen yang mencerminkan jiwa petualang, kebebasan, dan semangat generasi muda. Setelah pengambilan gambar selesai, video akan melalui tahap editing yang meliputi penambahan audio yang relevan dan menciptakan suasana yang mendukung pesan yang ingin disampaikan. Tidak hanya itu, *tone* warna dari video akan disesuaikan dengan teknik *color grading*, yang bertujuan untuk menciptakan kesan visual yang konsisten dan menarik secara estetika.

Tujuan utama dari perancangan video sinematik ini adalah untuk memperkenalkan merek Alpina secara lebih luas kepada masyarakat, terutama generasi muda sebagai target audiens utama. Merek Alpina, yang telah berdiri sejak tahun 1985, dikenal

sebagai produsen perlengkapan luar ruang yang berkomitmen untuk menyediakan produk-produk berkualitas tinggi. Hingga saat ini, Alpina tetap aktif memproduksi dan menjual peralatan luar ruang yang tidak hanya fungsional, tetapi juga dirancang untuk mendukung gaya hidup aktif dan petualang, sesuai dengan kebutuhan target audiens mereka. Melalui video sinematik ini, diharapkan generasi muda dapat semakin mengenal dan tertarik pada produk Alpina, serta melihat merek Alpina sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam beraktivitas di alam bebas.

V.2 Saran

Dalam proses perancangan persuasi komersial untuk Alpina ini, masih ada kemungkinan untuk memperluas ke tahap yang lebih luas. Perancang hanya berfokus pada pembuatan video sinematik sebagai bentuk persuasi komersial. Namun, masih ada peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam perancangan berikutnya. Perancangan ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi yang berguna untuk perancang selanjutnya. Disarankan untuk perancangan mendatang agar lebih mendalami aspek isi pesan, durasi video, dan menampilkan visual latar yang menonjolkan keindahan alam yang lebih bervariasi.