

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Perancangan video ini dilakukan dengan melalui 4 tahapan pengerjaan yaitu pertama adalah tahap persiapan yang dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung, juga kemudian dilakukan juga wawancara bersama pengelola sanggar. Lalu tahapan yang kedua adalah tahap mengimajinasi, tahapan ini berisikan tahap pembuatan konsep video yang terdiri dari pembuatan *storyline*, naskah serta *storyboard*. Tahapan ketiga yang dilakukan dalam perancangan video promosi adalah tahap pengembangan imajinasi yaitu tahapan dimana dilakukannya shooting serta pengumpulan seluruh asset yang diperlukan untuk kebutuhan video promosi, selanjutnya tahap selanjutnya yaitu tahap pengerjaan. Pada tahap pengerjaan ini mulai dilakukannya penggabungan seluruh asset atau tahapan editing. Tahapan editing terdiri dari dua tahapan lagi yaitu tahap editing video yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi CapCut, dan tahapan kedua dalam proses pengerjaan yaitu tahapan editing audio yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Logic Pro X*. Tahapan terakhir yaitu hasil karya, pada tahap ini video final kemudian di distribusikan melalui media sosial *youtube* Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung.

Tahapan distribusi dilakukan melalui 2 cara yaitu distribusi melalui media social Sangar Seni Rarasantang Arum Bandung berupa *youtube* dan *Instagram* serta distribusi kepada sekolah-sekolah di wilayah kabupaten Cirebon melalui penyebaran kepada guru seni budaya se-kabupaten Cirebon untuk kemudian dapat diperlihatkan kepada para peserta didik. Kemudian didapatkan apresiasi yang sangat positif terkait video promosi yang dibuat serta tanggapan positif pula terkait sanggar seni rarasantang arum bandung, serta keinginan untuk bergabung dengan sanggar. Apresiasi juga dilihat melalui jumlah penonton dan *like* yang diberikan pada unggahan video di akun youtube sanggar. Video yang dibuat berhasil memperkenalkan Sangar Seni Rarasantang Arum Bandung

kepada masyarakat luas sekaligus memperkenalkan kesenian yang dilestarikan di dalamnya.

5.2 Implikasi

Implikasi dari dilakukannya penelitian ini adalah eksistensi Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung menjadi lebih meningkat. Masyarakat secara umum dapat mengetahui segala kegiatan berkesenian yang dilakukan di Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung dan tak sedikit pula yang tertarik untuk ikut serta terlibat dalam kegiatan di dalamnya, dengan dilakukannya penelitian ini Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung jadi memiliki sebuah media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan *brand*-nya kepada masyarakat secara umum.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti kemudian merumuskan beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, di antaranya :

1. Memaksimalkan editing pada bagian pengabungan audio *dubbing* dan suara latar agar suara yang dihasilkan terdengar jelas dan seimbang dalam perancangan video promosi selanjutnya
2. Memaksimalkan alat untuk kebutuhan *shooting* seperti kamera yang memadai, *mic*, serta kebutuhan lainnya
3. Dapat membantu menciptakan video promosi untuk sanggar seni di Cirebon lainnya karena Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung ini hanyalah 1 dari puluhan sanggar seni yang berdiri di Kota Cirebon.
4. Merancang *visual branding* untuk Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung karena masih belum adanya logo serta *branding* yang kuat pada sanggar ini