

## BAB IV PENUTUP

### A. Kesimpulan

Perancangan *Cameraman Ultralight Bag* didasarkan atas adanya fenomena *content creation hiking*, yakni penggabungan 2 kegiatan antara *hiking* dan *content creation*. *Hiking* sendiri merupakan kegiatan berjalan menyusuri alam melalui rute yang telah tersedia dalam rentang waktu jam hingga hari dengan membawa peralatan serta perbekalan untuk mendukung kegiatan. Sedangkan aktivitas *content creator* yang bekerja adalah proses pengambilan gambar baik berupa fotografi atau videografi yang dilakukan oleh kameramen dengan menggunakan alat rekam seperti kamera, *drone*, *360 camera*, *microphone*, *file storage*, dan alat pendukung lainnya. Tentunya dengan adanya penggabungan 2 kegiatan sekaligus menjadikan beban kegiatan bertambah dan memberikan efek buruk bagi pengguna, khususnya pada produk media penyimpanan peralatan yakni tas.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, dapat diketahui bahwa beban kegiatan bertambah selaras dengan tingkat keseriusan kegiatan tersebut. Dalam rana *content creation*, faktor yang mempengaruhi beban kegiatan di luar kemampuan kameramen yakni jumlah peralatan rekam, bobot peralatan rekam, kemudahan dalam pemakaian sehingga diperlukan pengoptimalan dalam aspek tersebut. Dilain sisi, dewasa ini terdapat gaya *hiking* yang sedang berkembang yakni *ultralight hiking*, gaya tersebut mengedepankan performa baik dari segi pengguna maupun produk. Performa produk yang di maksud dalam *ultralight hiking* adalah produk sederhana dengan berat seringan mungkin namun tanpa mengurangi aspek kenyamanan dan keamanan. Sehingga dapat disimpulkan perancangan *Cameraman Ultralight Bag* berfokus pada efisiensi penyimpanan, efektif dalam pemakaian, dan aksesibilitas yang baik terhadap peralatan rekam bagi kameramen.

Hasil dari pengoptimalan pada aspek penyimpanan yakni adanya penambahan *additional bag* dengan model *pocket* kecil yang dapat digunakan untuk menyimpan alat rekam utama baik di luar *backpack* atau disimpan dalam *backpack*. Dapat digunakan secara multi fungsi dengan cara pakai berbeda yakni *chest bag*, *hip bag*, dan *sling bag* atau pun digunakan tanpa busa sehingga dapat menyimpan selain peralatan rekam jika tidak digunakan. selain itu, pada penyimpanan utama

juga dapat disesuaikan kapasitasnya tergantung dari jumlah peralatan yang di bawa oleh kameramen sehingga meminimalkan ruang yang tidak terpakai dalam *backpack*.

Optimasi pada aspek pemakaian terdapat di *attachment backpack* yang digunakan untuk peralatan rekam seperti *attachment* khusus untuk meletakkan tripod ketika dalam posisi *standby* maupun kondisi lain sesuai dengan sikon kameramen. Selain itu, optimasi pada aspek pemakaian juga terdapat pada aksesibilitas yang baik serta dapat mengakomodasi dalam berbagai keadaan. *Closure* tambahan disematkan pada *backpack* yakni di area punggung dan sisi samping *backpack* yang dapat diakses dengan melepas *backpack* maupun tanpa melepas *backpack*. *Closure* pada bagian punggung lebih difungsikan untuk mengakses peralatan rekam pendukung yang sedikit dalam penggunaan. Sedangkan *closure* pada sisi samping dapat digunakan ketika keadaan mendesak seperti menyimpan alat rekam sebelum turun hujan maupun kondisi lain sesuai dengan sikon kameramen.

Berdasarkan hasil perancangan tersebut diharapkan mempermudah kameramen dalam mengakses peralatan rekam dengan penambahan *closure* pada sisi belakang dan samping tas. Adanya fitur multifungsi pada *Camera Pod* juga akan memberikan pilihan preferensi yang sesuai bagi kameramen. Selain itu, fitur layaknya *rain cover* dan busa dimaksudkan untuk mengantisipasi risiko yang kemungkinan dapat terjadi pada kegiatan *content creation hiking*. Pada sisi lain, *Cameraman Ultralight Bag* juga memiliki berat yang ringan berkat desain yang sederhana serta penggunaan material yang tepat.

## **B. Saran Perancangan**

1. Produk *Cameraman Ultralight Bag* dirancang untuk kameraman dalam kegiatan *content creation hiking* yang mengalami masalah pada aksesibilitas terhadap peralatan rekam.
2. *Camera Pod* yang multifungsi pada *Cameraman Ultralight Bag* dirancang untuk memberikan pilihan preferensi pemakaian bagi kameramen sehingga mendapatkan kenyamanan yang maksimal.

3. Camera Box pada *Cameraman Ultralight Bag* dirancang untuk memenuhi segala kebutuhan dalam penyimpanan peralatan rekam serta disesuaikan dengan kegiatan *content creation hiking* yang berada di luar ruangan.
4. Hasil rancangan *Cameraman Ultralight Bag* dapat dikembangkan dari segi desain, material, dan inovasi teknis sehingga dapat optimal bagi kameraman dalam kegiatan *content creation hiking*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/39996/34771>
- Anderson, L. S., Rebholz, C. M., White, L. F., Mitchell, P., Curcio, E. P., Feldman, J. A., & Kahn, J. H. (2009). The impact of footwear and packweight on injury and illness among long-distance hikers. *Wilderness and Environmental Medicine*, 20(3), 250–256. <https://doi.org/10.1580/08-WEME-OR-196R2.1>
- Arts, I., Fischer, A., Duckett, D., & van der Wal, R. (2021). The Instagrammable outdoors – Investigating the sharing of nature experiences through visual social media. *People and Nature*, 3(6), 1244–1256.  
<https://doi.org/10.1002/pan3.10239>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (16th ed.). RajaGrafindo Persada.
- Dao, P. (2017). *Creating Lifestyle Content on Trail – Adventure Film School*. Adventure Film School.  
<https://adventurefilmschool.com/filmmaking/creating-lifestyle-content-on-trail/>
- Edwards, J. (2022). *Essential Gear for Making the Perfect Outdoor Hiking Video*. Artlist Blog. <https://artlist.io/blog/outdoor-videos/>
- Gaffar, V., Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. (2019). A Study of Outdoor Recreation Motivation and Activity Preferences. *Xinan Jiaotong Daxue Xuebao/Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(3).  
<https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.54.3.23>
- Genitrini, M., Dotti, F., Bianca, E., & Ferri, A. (2022). Impact of Backpacks on Ergonomics: Biomechanical and Physiological Effects: A Narrative Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(11).  
<https://doi.org/10.3390/ijerph19116737>

Gerzie, A., & Osman, A. A. (2017). *Content creation activities related to content marketing through social media.-a qualitative study in a B2B context* [Linnaeus University].

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1134486/FULLTEXT01.pdf>

Grönman, S., & Lindfors, E. (2021). The Process Models of Design Thinking: A Literature Review and Consideration from the Perspective of Craft, Design and Technology Education. *Techne Series - Research in Sloyd Education and Craft Science A*, 28(2), 110–118.

<https://journals.oslomet.no/index.php/techneA/article/view/4352>

Hardani, A., Andriani, H., & Rukmana, D. J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.

Jacoby-Garrett, P. (2019). *Social Media Enhances Inclusivity Outdoors | Feature | Parks and Recreation Magazine | NRPA*. National Recreation and Park Association.

<https://www.nrpa.org/parks-recreation-magazine/2019/october/social-media-enhances-inclusivity-outdoors/>

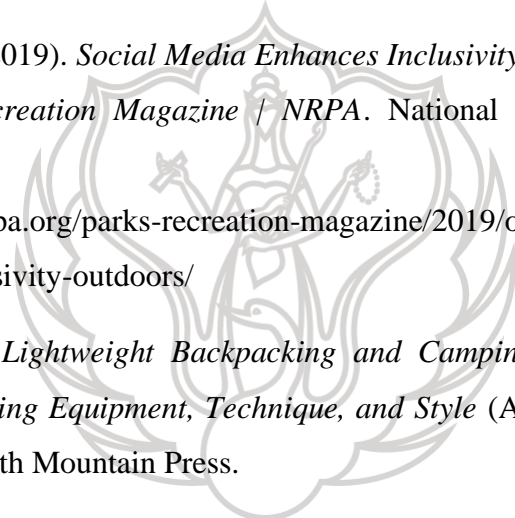
Jordan, R. (2005). *Lightweight Backpacking and Camping: A field Guide to Wilderness Hiking Equipment, Technique, and Style* (A. Dixon & V. Lipsey (eds.)). Beartooth Mountain Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajement* (14th ed.). Pearson Education Limited.

[https://books.google.com/books/about/Marketing\\_Management.html?id=eMZRYgEACAAJ](https://books.google.com/books/about/Marketing_Management.html?id=eMZRYgEACAAJ)

Kotler Philip, A. G. (2006). *Principles of Marketing. USA, 1999*(December), 1–6.

Logue, V. (2007). *Hiking And Backpacking: Essential Skills, Equipment, and Safety* (2nd ed.). Menasha Ridge Press.



- Ludwin, S., Mutter, F., Rump, C., Lietz, T., & Seibert, T. (2021). *Outdoor Consumer Report 2021 Deloitte & OutDoor by ISPO* (Issue October). Deloitte Touche Tohmatsu Limited.  
[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/Outdoor\\_Consumer\\_Report\\_2021.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/Outdoor_Consumer_Report_2021.pdf)
- Naude, M. (2014). Contents Section 1 : Hiking Protocol , Etiquette and Technique. *Western Cape Nature Conservation*, 1–16.  
<https://www.capenature.co.za/uploads/files/There-and-back-Safely-Hiking-Protocol.pdf>
- Priyantono, A. C., & Ardiansyah, F. (2020). Perancangan Prototipe Mobile User Experience Aplikasi Peningkatan Sumber Daya Desa Menggunakan Metode Double Diamond. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Agri-Informatika*, 7(2), 96–104.  
<https://doi.org/10.29244/jika.7.2.96-104>
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Pepiana, M. A. immanuel. (2022). Pengembangan Tas Kamera Modular Guna Meningkatkan Efisiensi Dalam Penggantian Peralatan Cadangan Bagi Fotografer Event [Universitas Kritis Duta Wacana].  
[https://katalog.ukdw.ac.id/7035/1/62180089\\_bab1\\_bab5\\_daftarpustaka.pdf](https://katalog.ukdw.ac.id/7035/1/62180089_bab1_bab5_daftarpustaka.pdf)
- Reinders, A., Diehl, J. C., & Brezet, H. (2012). The Power of Design: *Product Innovation in Sustainable Energy Technologies*. In *The Power of Design: Product Innovation in Sustainable Energy Technologies*. Wiley.  
<https://doi.org/10.1002/9781118361177>
- Rinjani, B. G. (2022). *Multiplier Effect Untuk Masyarakat Lingkar Rinjani - Ditjen Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem*. Direktorat Jendral Konservasi Sumber Daya Alam Dan Ekosistem.  
<http://ksdae.menlhk.go.id/artikel/11514/multiplier-effect-untuk-masyarakat-lingkar-rinjani.html>

- Rochat, N., Hauw, D., & Seifert, L. (2019). *Enactments And The Design Of Trail Running Equipment: An Exemple Of Carrying System. Applied Ergonomics*, 80(0), 239–247. <https://doi.org/10.1016/J.APERGO.2018.07.002>
- Seregina, A. (2018). Engaging the audience through videography as performance. *Journal of Marketing Management*, 34(5–6), 518–535. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1377753>
- Shahnaz, R. (2017). Analisis Manajemen Tata Kelola Gunung Semeru Dalam Menyeimbangkan Tren Wisata Minat Khusus (*Trekking*) Dan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47(2), 193–198. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1859>
- She, S., Tian, Y., Lu, L., Eimontaite, I., Xie, T., & Sun, Y. (2019). An exploration of hiking risk perception: Dimensions and antecedent factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph16111986>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. [karyailmiah.unisba.ac.id](http://karyailmiah.unisba.ac.id)
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan! dalam Bisnis* (3rd ed.). Elex Media Komputindo.
- Yuniawati, Y., Ridwanudinm, O., & Pancawati, D. (2019). An Investigation into Hiking Motivation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 782–788. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i3/5744>