

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Perancangan *motion graphic* promosi kuliner khas kota Bogor sebagai sarana *city branding* telah diselesaikan melalui berbagai proses perancangan. Dalam proses perancangan tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu;

1. Perancangan *motion graphic* merupakan media yang baru yang bisa dijadikan rujukan baru untuk mengenalkan promosi kuliner khas kota Bogor ke khalayak masyarakat kota Bogor itu sendiri dan para wisatawan domestik.
2. Dalam melakukan perancangan *motion graphic* harus dilakukan riset serta perancangan yang matang terkait dengan analisa yang digunakan, hal ini akan menjadi rujukan atas jenis *motion graphic* yang akan dirancang, hal ini merupakan aspek pendekatan terhadap *target audience* supaya media tersebut efektif dalam publikasinya.
3. Perancangan *motion graphic* ini selanjutnya harus mempunyai kontinuitas dalam publikasinya, dimaksudkan agar generasi selanjutnya juga dapat mendapatkan materi media publikasi ini secara mudah, baik diruangan publik maupun personal seperti aplikasi *mobile*
4. Dalam penggunaan gaya visual yang cenderung sederhana dan dinamis sangat cocok untuk *target audience*, karena *target audience* membutuhkan akses informasi yang dapat dimengerti dan dipahami.

## B. Saran

Dalam perancangan *motion graphic* promosi kuliner khas kota Bogor penulis perlu mempunyai pengetahuan yang luas tentang objek yang akan dirancang. Proses perancangan *motion graphic* ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Mulai dari mencari data kota, data makanan dan minuman khas, data objek dan data lapangan lainnya yang merupakan proses tahap awal perancangan. Mempersiapkan konsep kreatif, konsep media, hingga konsep desain pembuatan *motion graphic* yang kreatif. Proses selanjutnya yaitu merancang *motion graphic* promosi kuliner khas kota Bogor sebagai sarana *city branding* ini dengan menggunakan beberapa *software* desain.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam perancangan *motion graphic* promosi kuliner khas kota Bogor sebagai sarana *city branding* ini. Semoga perancangan *motion graphic* ini dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat, bagi kota Bogor, bagi kota-kota lainnya, dan semoga perancangan ini dapat menambah wawasan dalam pembuatan karya-karya *motion graphic* berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Kotler, Philip, Herman Kartajaya, Iwan Setiawan. 2010. marketing 3.0. Jakarta:  
Erlangga

Pamuntjak, Laksmi. 2007. Wisata jajan Jabodetabek

Rustan, Surianto. 2009. mendesain logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sanaji, Miftah. 2010. Wisata kuliner makanan khas kota Bogor. Jakarta:  
PT Gramedia Pustaka Utama

Yananda, Rahmat, 2014. Branding tempat membangun kota, kabupaten, dan provinsi  
berbasis identitas, Jakarta Selatan, makna informasi

Majalah :

MDZ Magazine, Edisi #1, 2010

Tautan :

<http://www.anneahira.com>, diunduh 22 Desember 2014

<http://chugygogog.blogspot.com>, diunduh 28 Desember 2014

<http://encyclopedia.thefreedictionary.com>, diunduh 25 november 2015

<http://food-and-kuliner.blogspot.com>, diunduh 6 januari 2015

<http://aslibogor.blogspot.com>, diunduh 10 Januari 2015

<http://lifestyle.okezone.com>, diunduh 1 Agustus 2015