

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Banyaknya minuman modern yang bermunculan sekarang ini membuat minuman jamu kurang diminati lagi. Jamu hanya banyak digunakan para orang tua sebagai obat tradisional. Banyak generasi muda seperti generasi Z enggan untuk meminum jamu. Menurut persepsi mereka jamu adalah minuman yang kuno, rasanya pahit dan obat tradisional. Padahal manfaat jamu lebih banyak dari pada itu.

Berdasarkan permasalahan di atas maka dibuat perancangan kampanye ini yang dapat mengajak para generasi Z untuk meminum jamu dan sekaligus melestarikan budaya jamu di Indonesia. Perancangan ini menggunakan media *motion graphic* untuk menyampaikan kampanye yang dilakukan. Pemilihan media *motion graphic* ini dipilih karena dianggap lebih efektif untuk menyampaikan informasi yang kompleks. Sehingga informasi yang diterima mudah dipahami.

Proses pembuatan perancangan ini melalui beberapa tahapan. Tahapan paling awal adalah melakukan riset jurnal dan buku yang telah ada sebelumnya, kuesioner untuk generasi Z serta melakukan wawancara kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas dan penjual jamu. Kemudian data yang telah diperoleh diolah dan dihasilkan rangkuman yang akan dibuat visual ilustrasi dan dibuat *motion graphic*. *Style* yang digunakan pada perancangan ini adalah *flat design* dengan menggunakan warna *vibrant*. *Font* yang digunakan pada perancangan ini adalah *Playvictim* sebagai *headline* dan *Folks* sebagai *body text*. Hasil dari perancangan ini berupa *motion graphic* sebagai media utama yang di upload di media sosial Instagram yang dapat diakses banyak orang. Media pendukung yang dapat mengarahkan ke media utama yang dibuat diantaranya *X-banner*, poster, *feeds* Instagram, *merchandise* seperti kaos, *tote bag*, botol minum dan stiker.

Tujuan dibuatnya motion graphic “Ayo Minum Jamu” ini yakni untuk mengubah kebiasaan generasi Z yang awalnya mengkonsumsi minuman modern menjadi suka minum jamu tradisional. Dengan adanya perancangan *motion graphic* ini juga diharapkan dapat menjadi media kampanye yang dapat mengajak generasi Z untuk mulai meminum jamu. Dan secara tidak langsung dapat berperan sebagai pelestarian budaya jamu tradisional di Indonesia.

6.2 Saran

Perancangan “*Motion Graphic* Sebagai Media Kampanye Ayo Minum Jamu Bagi Generasi Z” ini tentunya mempunyai banyak kekurangan dan kelebihan. Perancangan ini masih banyak yang dapat dikembangkan dan disempurnakan kembali. Saran yang dapat diberikan pada perancangan berikutnya adalah dapat menggunakan media lain untuk menyampaikan topik serupa. Selain sebagai media kampanye, bentuk penyampaian topik ini juga bisa dengan melakukan kegiatan lain seperti sosialisasi pada masyarakat luas atau penyuluhan khusus untuk mengedukasi masyarakat tertentu.