Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada tugas akhir ini, penulis membuat perancangan media promosi untuk *PT. Rect Media Komputindo*. Media promosi ini menjadi solusi yang penulis pilih untuk menanggapi permasalahan *company awareness* yang dialami oleh *RECTmedia.* Perancangan media promosi ini diterapkan dalam beberapa media meliputi iklan koran, iklan radio, iklan *facebook*, *banner website*, brosur, *company profile*, *x-banner*, kartu nama, pulpen, memo, pin, seragam, topi, kemasan CD, CD *trial*, *shopping bag*, *marketing kit*, mobil promosi, dan *booth* pameran. Secara keseluruhan, desain yang penulis buat dalam media promosi *RECTmedia* memiliki konsep yang sama antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kesan kesatuan dalam setiap desainnya, sehingga *RECTmedia* memiliki *image* yang jelas dan dapat dikenali oleh masyarakat dengan mudah.

Menurut penulis, salah satu solusi utama yang penulis buat yaitu iklan, karena melalui iklan yang menarik, company awareness akan dapat ditingkatkan. Oleh karena itu, iklan yang dibuat harus menarik dan dapat memuat informasi yang jelas. Sesuai dengan bidang usaha *RECTmedia* yang bergerak di bidang teknologi informasi, penulis mengemas media promosi ini dengan elemen visual yang berkesan teknologi. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian, penulis pun memutuskan untuk membuat iklan dengan konsep kenyamanan. Melalui iklan ini,

Perancangan Media Promosi..., Tan Shierly Octavia Kristanto, FSD UMN, 2013

penulis ingin menyampaikan bahwa *RECTmedia* siap membantu pekerjaan bisnis masyarakat, sehingga mereka bisa bekerja dengan nyaman dan santai. Penyampaian pesan komunikasi ini dikemas dalam satu kesatuan gambar visual, *headline, sub headline,* dan *tagline RECTmedia.*

Dalam pembuatannya, penulis juga mempertimbangkan beberapa hal. Berdasarkan target market yang berusia 21-30 tahun, penulis merancang media promosi dengan elemen desain yang formal dan bahasa yang *to the point*. Warna yang dipilih pun disesuaikan dengan karakter bidang usaha RECTmeia itu sendiri. Pertimbangan-pertimbangan tersebut perlu dilakukan untuk menghasilkan desain yang baik dan tepat sasaran.

Adapun beberapa tahapan yang penulis lakukan dalam merancang desain media promosi ini, yaitu diawali dengan proses pengumpulan data, *brain storming* ide, pemilihan konsep, proses sketsa, dan proses eksekusi karya. Melalui tahapan-tahapan tersebut, penulis akhirnya berhasil menyelesaikan perancangan media promosi bagi PT. Rect Media Komputino. Diharapkan solusi kreatif yang penulis pilih ini bisa menjadi solusi yang tepat dalam meningkatkan company awareness *RECTmedia* di kalangan pelaku bisnis yang berdomisili di Semarang pada khususnya dan di Jawa Tengah pada umumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, adapun beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang lebih detail sehingga penelitian dapat lebih mendalam. Dengan demikian, permasalahan-permasalahan lain yang

Perancangan Media Promosi..., Tan Shierly Octavia Kristanto, FSD UMN, 2013

mungkin dihadapi oleh *RECTmedia* juga dapat diselesaikan melalui solusi kreatif yang tepat.

2. Melakukan survei lapangan dalam waktu yang lebih lama, sehingga sampel yang dijangkau semakin luas. Dengan adanya jangkauan yang lebih luas, tentu hasil yang diperoleh dalam penelitian akan lebih *valid*.
3. Diperlukan adanya pembelajaran desain yang lebih mendalam sehingga solusi kreatif dapat dikemas dengan lebih inovatif dan menarik bagi audiensnya.

Perancangan Media Promosi..., Tan Shierly Octavia Kristanto, FSD UMN, 2013