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

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen sulit mendapatkan informasi mengenai produk OxRabbit karena tampilan promosi di media sosial yang tidak terkategorisasi dan kurangnya variasi media promosi yang dimiliki. Saat kegiatan bazaar, banyak pengunjung yang lebih membutuhkan media cetak dibandingkan media sosial untuk melihat-lihat produk. Oleh karena itu, diperlukan sebuah media promosi cetak yang terkategorisasi dan memiliki informasi yang komunikatif sesuai dengan kebutuhan konsumen. Media dirancang dengan konsep yang sederhana dan dapat menjangkau target pasar dari OxRabbit. Target utama yang dituju adalah masyarakat kota Jakarta yang mau "repot" untuk menyiapkan sebuah perayaan sehingga media promosi akan dibuat secara menarik dengan tema "*DIY Your Celebration* with OxRabbit *Party Supplier*".

Buku katalog dirancangan berbentuk persegi panjang dengan ukuran 10 cm x 12,4 cm agar buku katalog mudah dibawa dan disimpan. Penulis membuat ilustrasi yang merupakan pengembangan dari logo OxRabbit. Ilustrasi *pattern* digunakan sebagai dasar dari buku katalog karena *pattern* sering digunakan oleh OxRabbit dalam membuat desain. Selain *pattern*, warna yang akan banyak digunakan adalah warna biru tua dan biru muda sesuai dengan warna *branding* OxRabbit.

Perancangan Media..., Amelia Rahma, FSD UMN, 2015

Halaman isi buku katalog dirancangan semakin memanjang sebagai terdapat pemisah antara satu kategori dengan kategori lainnya. Informasi yang diberikan dalam buku katalog berupa narasi singkat mengenai sebuah kategori perayaan dan keperluannya dilengkapi dengan beberapa harga produk unggulan dari setiap kategori. Buku katalog dicetak pada kertas *art carton* 260gsm untuk bagian cover dan *matte paper* 150gsm pada bagian isi. *Cover* buku dilaminating *doff* dan keseluruhan buku dijilid menggunakan metode *side stiching*. Judul dari media promosi ini adalah *Product Catalogue* OxRabbit *Party Supplier*.

Pembuatan media promosi berupa buku katalog tergolong efisien dan hemat karena untuk membuat satu buah buku katalog diperlukan dua lembar *matte pap*er ukuran A3 dan satu lembar *art carton* ukuran A4. Biaya yang terjangkau membuat buku katalog dapat dibagikan secara gratis kepada konsumen untuk memperkenalkan OxRabbit. Hasil penelitian ini ditemukan juga bahwa media sosial yang saat ini semakin marak di kalangan masyarakat, belum mampu menjangkau seluruh konsumen. Hal tersebut dikarenakan jaringan internet yang ada belum stabil. Media cetak masih dibutuhkan oleh konsumen dalam mendapatkan informasi akan sebuah produk

5.2. Saran

Serangkaian proses perancangan media promosi untuk OxRabbit memberi banyak pembelajaran kepada penulis. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan media promosi yang mampu memperkenalkan OxRabbit kepada khalayak masyarakat dan upaya perluasan usaha. Penulis menyarankan kepada OxRabbit untuk mempertahakan upaya perluasan usaha dengan memaksimalkan kelebihan-

Perancangan Media..., Amelia Rahma, FSD UMN, 2015

kelebihan yang dimiliki. Sifat terbuka dan bersahabat dari pemilik OxRabbit sangat membantu penulis untuk mendapatkan informasi mengenai OxRabbit serta melakukan observasi konsumen. Selain itu, penulis berharap agar OxRabbit kedepannya dapat secara konsisten mengikuti kegiatan bazaar sehingga variasi media promosi hasil perancangan ini dapat bermanfaat secara maksimal.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai media promosi sebuah wirausaha, penulis menyarankan untuk melakukan observasi secara langsung dengan maksimal agar hasil perancangan dapat tepat guna bagi para konsumen. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran perlu diperhatikan saat melakukan perancangan. Pemilihan media promosi disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Media promosi dapat berebentuk media cetak dan digital. Pembuatan media promosi cetak, penulis menyarankan untuk membuat sebuah *mock-up* sebelum dicetak agar tidak kerja berulang-ulang karena terdapat kesalahan-kesalahan kecil.

Perancangan Media..., Amelia Rahma, FSD UMN, 2015