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

Membuat perancangan media promosi Produk UKM Plasa Pameran Kementerian Perindustrian kepada masyarakat luas melalui event pameran di 5 Kota besar, meliputi: Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, dan Bali, meliputi logo *event*, media lini atas (*above the line*). Media yang meliputi yaitu iklan Majalah, iklan majalah kuliner, iklan koran, big banner, poster, umbul-umbul, undangan, baik undangan VIP, atau undangan standar, name tag, nama stand, uniform, goody bag, dan tiket ini diharapkan dapat memberikan daya tarik untuk event yang akan diselenggarakan 2015, untuk pemilihan tahun event yang akan diselenggakan 2015 karena event besar milik kementerian harus dirancang enam bulan sebelum event ini dilaksanakan, sedangkan untuk event tahun 2014 sudah dipersiapkan dari pertengahan tahun 2013.

Perancangan visual untuk event pameran dibuat dengan menggunakan foto-foto produk yang berbeda beda disetiap visualnya, dan menggunakan warna-warna *eye-catching,* yaitu warna merah. Dalam proses membuat Perancangan Promosi Produk UKM yang harus dilakukan yaitu harus membuat layout, dan sketsa logo itu sendiri, dari layout bisa menentukan foto produk apa saja yang akan dimasukan pada visual tersebut. Setelah layout sudah dibuat kita dapat memulai pembuatan desain visual yang sesuai dari layout yang telah dibuat sebelumnya.

Perancangan Promosi ..., Firas Sabila, FSD UMN, 2014

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah :

1. Untuk membuat Perancangan Promosi Produk, sebaiknya melakukan penelitian terlebih dahulu, dan mengumpulkan data mengenai kompotitor dari produk tersebut, sehingga kita bisa membayangkan bagaimana layout yang tepat untuk membuat Perancangan Promosi yang akan dibuat nantinya.
2. Dalam pembuatan Perancangan Promosi Produk yang paling utama adalah target, dan layout, setelah memantapkan layout, baru dapat dilakukan proses selanjutnya, yaitu perancangan visualnya.

Perancangan Promosi ..., Firas Sabila, FSD UMN, 2014