



### **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.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

SmartClub adalah toko grosir yang baru berdiri sehingga masih harus terus melakukan promosi yang berkelanjutan kepada target audiens. Nama SmartClub yang masih terdengar asing oleh para pelaku usaha menjadi latar belakang perancangan visual promosi ini dilakukan. Terbukti dari data yang sudah penulis dapatkan dimana hanya dua dari sepuluh orang yang dapat mengenali SmartClub secara utuh.

Awalnya penulis melakukan penelitian guna mendalami masalah yang terjadi pada toko grosir SmartClub. Hal tersebut dilakukan dengan mewawancarai pihak SmartClub dan melakukan observasi langsung dengan mengunjungi toko grosir SmartClub yang terletak di Tangerang. Selanjutnya penulis mewawancarai target pasar yaitu para pelaku usaha guna mendapatkan data masalah dari sudut pandang target yang selanjutnya diverifikasi kepada pihak SmartClub.

Berdasarkan dari data yang sudah penulis dapatkan, perancangan visual promosi dilanjutkan dengan menetapkan konsep dan strategi. Konsep didapatkan dari *mind mapping* dan *brainstorming* yang pada akhirnya membuahkan *big idea* yaitu “Sahabat Banyak Solusi” dan *key message* yaitu “Belanja di SmartClub, Kami Lengkap & Melengkap”. Hal tersebut bermaksud untuk menyampaikan pesan kepada para pelaku usaha bahwa toko grosir SmartClub hadir bagaikan sahabat yang senantiasa melayani dan melengkapi usaha mereka. Perancangan

visual promosi tidak lepas dari studi pustaka yang penulis lakukan sehingga perancangan akan tetap sesuai dengan teori yang sudah ada.

Strategi visual yang penulis gunakan yaitu menggunakan fotografi sebagai elemen utama pada promosi. Sedangkan strategi media yang penulis gunakan adalah media yang mendukung pemasaran langsung yaitu booklet, brosur, kalender, dan merchandise lainnya yang akan diberikan kepada pelaku usaha saat dikunjungi oleh tim promosi dari SmartClub. Perancangan visual promosi toko grosir SmartClub diharapkan dapat mencapai tujuan promosi yaitu mengenalkan toko grosir SmartClub kepada target pasar mereka yaitu para pelaku usaha, sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan kunjungan serta pembelian di toko grosir SmartClub.

## 5.2. Saran

Pada laporan dan karya perancangan visual promosi toko grosir SmartClub ini tidaklah sempurna. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam melakukan penelitian dan perancangan. Maka dari itu penulis menyarankan kepada mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir khususnya dalam hal perancangan promosi agar dapat melakukan penelitian lebih dalam mengenai masalah yang terjadi sehingga topik yang diangkat adalah topik yang tepat dan dapat diselesaikan dalam bidang desain grafis. Selanjutnya penulis menyarankan agar penelitian dapat dilakukan kepada target audiens secara mendalam khususnya dalam hal bagaimana target menanggapi masalah,

bagaimana target biasanya menerima pesan, media dan visual apa yang sesuai dengan target sehingga perancangan promosi dapat efektif dan tepat pada sasaran.

Saran penulis kepada toko grosir SmartClub adalah promosi yang dilakukan hendaknya didukung dengan visual dan media promosi yang diharapkan dapat lebih menarik target pasar. Dukungan visual dalam melakukan promosi juga diharapkan dapat memudahkan dalam menyampaikan pesan dibanding hanya mengandalkan verbal saja. Hal tersebut dilakukan demi membangun *brand awareness* kepada target pasar sehingga mereka juga lebih mengenal dan merasa memiliki relasi dengan toko grosir SmartClub.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA