

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Gitar Genta merupakan produk lokal yang berkualitas, namun masih kurang dikenali oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen Gitar Genta dan data yang telah diperoleh, Genta memerlukan promosi, karena konsumen Gitar Genta mengatakan belum pernah mendapatkan promosi secara langsung, hanya mendapat informasi dari website, serta berdasarkan hasil observasi langsung dan partisipatori, di *showroom* Genta tidak terdapat promosi yang mendukung penjualan dan saat pembelian produk, pembeli tidak mendapat promosi tambahan seperti *flyer*, sehingga Gitar Genta dirasa memerlukan perancangan promosi untuk meningkatkan pembelian dan *awareness* masyarakat terhadap merek.

Penulis menggunakan metode perancangan *6 Phases Overview, Strategy, Ideas, Design, Production and Implementation* Setelah proses pengumpulan data, penulis melakukan beberapa proses untuk mengolah data yang telah dibuat, diantaranya; *Insight, mindmapping* Data, melakukan analisa kompetitor, membuat S.W.O.T., menentukan *brand positioning*, sehingga akhirnya didapat pesan utama yaitu "Gitar Lokal Berkualitas Premium". Dari pesan tersebut, penulis melakukan *mindmapping* kreatif yang akan digunakan sebagai acuan untuk membuat visualisasi karya. Penulis melakukan penentuan media yang digunakan berdasarkan hasil data dan penentuan target serta didukung dengan hasil survey



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.

APJII 2017 tentang Pengguna Internet di Indonesia yang dimuat dalam Digital Landscape 2018, mayoritas pengguna internet melakukan *chatting, social media and watching movie and listening to music*, serta aplikasi yang paling sering dikunjungi adalah Youtube, Instagram dan Facebook. Maka dari itu, penulis memilih untuk memanfaatkan media Youtube, Instagram dan Facebook untuk melakukan promosi karena hasil survey tersebut sesuai dengan target yang telah penulis tentukan.

Iklan yang dibuat bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap merek Gitar Genta sebagai gitar lokal yang berkualitas premium, dengan harapan promosi yang dilakukan membuat masyarakat lebih mengenal produk Gitar Genta dan memercayainya sebagai merek lokal yang berkualitas. Sehingga hal tersebut akan meningkatkan penjualan Gitar Genta sebagai gitar lokal yang berkualitas premium.

5.2. Saran

Karya yang dibuat telah selesai, namun disadari masih memiliki kekurangan, sehingga bisa disarankan kepada peneliti berikutnya, organisasi dan masyarakat. Dalam melakukan perancangan promosi melalui video iklan, penulis perlu melakukan survei yang mendalam mengenai kesalahan apa yang dibuat dalam promosi sebelumnya, lalu apa yang sedang disukai oleh masyarakat atau apa yang sedang menjadi tren di saat ini. Setelah itu, penulis memerlukan konsep yang matang, menarik dan berbeda dari iklan-iklan yang telah ada sebelumnya. Iklan yang dibuat harus menyesuaikan dan fokus kepada konsep dan ide utama.