



### **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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pada intinya, *We Curate* merupakan sebuah perusahaan fesyen yang sudah berjalan selama tiga tahun dan sering kali tidak mencapai target penjualan perbulannya. Wawancara dengan pemilik dan pegawai dari *We Curate* memberikan hasil bahwa keduanya berharap untuk memperbaiki masalah ini. Penulis kemudian membuat promosi untuk membantu *We Curate* dalam mencapai target penjualan perbulannya. Penulis melakukan aktivitas seperti wawancara, observasi, dan studi eksisting untuk merancang promosi ini dengan tepat dan sesuai dengan target pasar.

Promosi ini memiliki *big idea* promosi untuk menunjukkan bahwa *We Curate* menjual produk-produk fesyen bergaya kasual, simpel, dan berkualitas tinggi, dengan *key message* “belilah pakaian berkualitas tinggi yang bergaya kasual di *We Curate*”, *headline* “for casual me”, dan *body copy* “shop our daily wear, well-made clothing at [www.wecurate.id](http://www.wecurate.id).” Media utama dari promosi ini adalah *website*, dan *website* dipilih atas dasar *opportunity* belanja *online* melalui media *e-commerce* yang sekarang ini sedang marak. Selain itu, terdapat pula 20 jenis media pendukung yang bersangkutan dengan perusahaan fesyen, seperti *x-banner*, *poster*, *hanger*, *paperbag*, *cardholder*, dan sebagainya.

Semua media memiliki kesamaan, yaitu warna monokromatis yang dominan putih dengan konsep *clean and simple*. Pada tiap media, dapat ditemukan setidaknya salah satu elemen grafis, seperti logo *We Curate*, *scribble* bunga Daisy, *headline* “*for casual me*”, dan *body copy* “*shop our daily wear, well-made clothing at www.wecurate.id.*”

## 5.2. **Saran**

Pada saat merancang promosi, penulis menyarankan untuk lebih banyak membaca buku tentang periklanan dan promosi secara spesifik untuk memperdalam pengetahuan dalam merancang iklan dan promosi yang baik, dan tidak membaca buku komunikasi pemasaran terintegrasi saja. Selain itu, kedepannya foto dan layout diharapkan dapat lebih baik lagi. Disarankan juga untuk memperdalam tentang *key message* terlebih dahulu sebelum melakukan *brainstorming* ataupun *mindmapping*.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA