



### **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

Perancangan promosi gitar Secco berawal dari kitadaktahuan target konsumen terhadap gitar Secco yang sebenarnya gitar Secco sendiri mempunyai banyak keunggulan jika dibandingkan dengan gitar-gitar luar negeri dengan *brand* yang sudah terkenal dilihat dari segi kualitasnya. Pendiri gitar Secco juga berharap gitar Secco bisa terus eksis dan dapat dikenal luas.

Oleh karena itu, penulis merancang promosi gitar Secco supaya bisa meningkatkan *brand awareness* dari gitar Secco dan pada akhirnya Secco semakin dikenal oleh target konsumennya. Penulis menggunakan metode perancangan Landa (2016) dan memulai penelitian dengan *research*. Berdasarkan hasil riset, poster dan video merupakan media yang paling cocok dalam mempromosikan gitar Secco yang kemudian kedua media tersebut dimplementasikan kembali pada media-media lain yang didapat dari hasil riset.

Tahap selanjutnya diikuti dengan perancangan strategi dan ide dari hasil riset dan teori yang kemudian dibantu dengan *mind mapping* dan *brainstorming*. Dari hasil tahap sebelumnya, dapat dihasilkan visual dan *copy* yang sesuai dan tepat. Lalu dilanjutkan pada tahap produksi visual yang kemudian hasil akhirnya diaplikasikan pada media yang sudah ditentukan sebelumnya. Tahap terakhir yaitu mengamati keefektifan dari promosi tersebut.

## 5.2. Saran

Selama proses perancangan promosi ini, penulis juga menyadari bahwa iklan-iklan mengenai promosi gitar masih sangat sedikit terutama di Indonesia. Penulis menyarankan untuk para *advertiser* membuat iklan-iklan instrumen ini yang dikemas secara menarik yang tentunya didasarkan pada riset yang dalam juga *positioning* produk yang jelas sehingga ke depannya akan terjadi persaingan dari ide-ide kreatif pada iklan-iklan tersebut. Dalam melakukan inovasi-inovasi dalam pembuatan iklan, diharapkan untuk para *advertiser* hendaknya memperhatikan *copywriting* dan desain dalam media iklannya yang dapat mendukung atau mengarahkan target konsumen supaya inovasi-inovasi baru yang dibuat dapat maksimal. Setelah promosi yang penulis buat ini diharapkan gitar Secco dapat melakukan inovasi-inovasi dalam kegiatan promosi agar produknya tetap eksis.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA