



### **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

Proses pembuatan media promosi untuk suatu produk barang atau jasa memiliki jelas harus memiliki suatu latar belakang. Dari latar belakang yang ada, barulah seorang desainer dapat menentukan pendekatan apa yang dibutuhkan, jenis promosi apakah yang harus dibuat, dan tentunya konsep yang sesuai dengan latar belakang produk dan kebutuhan konsumen atau target. Pesona Krakatau *Cottage* memiliki latar belakang sebuah penginapan yang didesain dengan minimalis dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas khususnya pada segi kenyamanan dan kesenangan. Dari titik inilah desainer menentukan konsep yang diambil akan bersifat senang dan memberikan kesan nyaman agar tersampaikan ke konsumen.

Bergerak dari latar belakang, desainer perlu melakukan proses *mindmapping* dan *brainstorming* agar pemetaan masalah dan elemen yang dibutuhkan dalam membuat suatu desain menjadi jelas. Aplikasi kreatif dalam desain maupun penerapannya pun harus disesuaikan dengan fenomena yang berada di tempat kejadian. Sehingga dari hal itu dapat menghasilkan elemen-elemen dan konsep dasar untuk membuat media promosi ini. Ilustrasi pengaplikasian pun jelas dibutuhkan agar desain menjadi tidak lari dan jelas gambarannya. Media yang sudah dibentuk sesuai dengan kemauan klien dan target harus memiliki periode pemasangan agar penyampaian pesan bisa tersampaikan dengan jelas. Hal itu pun tidak memungkiri dibutuhkannya biaya

reproduksi dan produksi yang tidak murah. Biaya produksi suatu media promosi mengacu pada jenis produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, Pesona Krakatau *Cottage* memiliki segi keungan yang kuat dari sejarahnya, sehingga biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikannya pun besar.

Proses perancangan media promosi Pesona Krakatau *Cottage* memiliki proses yang panjang dan tidak mudah. Sehingga semua hal yang dilakukan harus jelas, tertata, dan tersampaikan kepada target pesan pesan yang ingin diberikan.

## 5.2 **Saran**

Setelah terselesaikannya tugas akhir perancangan media promosi Pesona Krakatau *Cottage*, penulis memiliki beberapa saran untuk para peneliti berikutnya dalam memperhatikan topik yang ingin diambil dalam konteks jarak dari tempat tinggal menuju ke objek yang akan diambil, dikarenakan bila memiliki jarak yang jauh, maka biaya transportasi akan lebih tinggi. Perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya mengenai gaya desain yang akan diambil, apakah sesuai dengan konsep yang sudah matang atau belum. Proses bimbingan juga merupakan salah satu hal yang tidak boleh dianggap remeh oleh peneliti selanjutnya, karena dengan bimbingan yang rutin dan jelas, maka peneliti dapat dengan mudah menyelesaikan tugas akhir selanjutnya.