

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

DAVR sebagai bisnis rintisan yang baru didirikan pada akhir tahun 2022 melalui program Magang Kewirausahaan mengalami hambatan dalam menjual produknya. Faktor yang menyebabkan permasalahan tersebut adalah kurangnya *brand awareness* sehingga berdampak pada penjualan. Untuk meningkatkan *brand awareness*, DAVR perlu melakukan upaya aktivasi *brand* yang dapat dilakukan dengan kampanye promosi. Untuk itu, perancangan kampanye promosi ini dilakukan penulis dengan tujuan meningkatkan *brand awareness* DAVR yang dapat berdampak pada penjualan sebagai solusi atas permasalahan tersebut.

Melalui koleksi produk bertajuk “Homework” yang berkolaborasi bersama para penyandang disabilitas di bawah naungan Cidco, DAVR memiliki potensi untuk menjual koleksi tersebut dengan mengangkat cerita di balik kolaborasi yang dilakukan. Karena itu, penulis membangun sebuah *storytelling* yang mengangkat isu polusi lingkungan sebagai salah satu faktor yang menyebabkan disabilitas pada masyarakat. Dengan demikian DAVR dapat melakukan *positioning* dan membentuk citra *brand* sebagai *brand* yang peduli lingkungan dan sosial sesuai dengan visi DAVR untuk menjadi *sustainable fashion brand*.

Dalam proses perancangan, penulis melakukan riset pasar dan juga isu yang diangkat. Data yang diperoleh melalui riset tersebut menjadi acuan penulis dalam melakukan perancangan sehingga hasil rancangan bersifat objektif. Karena terdapat 2 isu yang diangkat, penulis memetakan penyampaian pesan berdasarkan strategi alur tahapan sehingga menunjukkan korelasi dari keduanya. Namun, perancangan kampanye promosi ini tetap pada tujuan utamanya sehingga penulis tidak menjabarkan isu secara detail. Penulis menekankan produk koleksi “Homework” yang dipromosikan dalam kampanye ini. Dengan demikian perancangan kampanye promosi menjadi solusi atas permasalahan DAVR.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan seluruh proses perancangan kampanye promosi, penulis mendapatkan banyak pelajaran berdasarkan pengalaman yang telah ditempuh. Untuk itu, penulis hendak menyampaikan beberapa saran yang dapat berguna bagi pihak-pihak yang akan melakukan perancangan serupa. Berikut merupakan poin-poin saran dari penulis.

- 1) Desain sebagai solusi atas suatu permasalahan memiliki batasannya tersendiri. Dalam melakukan perancangan, perlu diketahui terlebih dahulu ranah permasalahan yang dapat diselesaikan dengan solusi desain. Pada dasarnya permasalahan desain mencakup pada identitas, informasi, dan persuasi. Ketiga aspek tersebut perlu dipertimbangkan untuk analisis permasalahan yang hendak diselesaikan.
- 2) Perancangan yang bersifat objektif perlu dilandasi data hasil riset. *Insights* yang didapatkan melalui riset berguna dalam proses penyusunan strategi dan ideasi perancangan.
- 3) Hasil perancangan yang baik merupakan hasil rancangan yang menjadi solusi atas suatu permasalahan. Untuk itu, sebelum memasuki tahap perancangan perlu diketahui terlebih dahulu objektif dari perancangan yang dapat dipetakan melalui metode tertentu. Nilai estetika visual bersifat subjektif sehingga hal tersebut tidak menjadi fokus utama dalam suatu desain. Namun eksekusi perancangan juga tidak dilakukan semena-mena tanpa adanya pertimbangan aspek tersebut.