

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan

Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi kelajuan ekonomi bisnis di Indonesia. Dengan dilaksanakannya protokol *social distancing*, acara-acara perayaan hari raya banyak yang tidak diperbolehkan sehingga bisnis-bisnis yang berhubungan dengan perayaan mendapatkan penurunan penjualan yang cukup drastis. Tantangan ini juga dihadapi oleh Ling's Sweet Treats yang menjual berbagai kue untuk hari perayaan, karena itu brand harus merencanakan strategi yang dapat membantu bisnis tersebut terus berkembang. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik ingin memperluas jangkauan target audience dalam upaya meningkatkan penjualan. Dalam hal tersebut upaya yang dilakukan oleh pemilik adalah dengan memfokuskan penjualan produk variasi lain yang minatnya lebih tinggi di kalangan masyarakat secara umum. Dengan informasi yang telah didapatkan penulis ingin merancang promosi yang berfokus pada pesan diluar dari menjual produk hari raya.

Penulis melakukan perancangan dalam bentuk iklan dengan media *online* dan *offline*. Penulis menggunakan instagram sebagai media utama karena instagram merupakan media utama yang digunakan oleh brand untuk kegiatan promosi. Selain itu, penulis menggunakan media online Youtube serta web banner untuk memperluas jangkauan target audience. Melalui wawancara penulis juga mendapatkan informasi mengenai rencana pemilik untuk berjualan pada bazaar sehingga penulis merancang X-banner mini serta brosur untuk kepentingan tersebut. Dari hasil penelitian, penulis mengambil insight tentang pergeseran pesan yang diinginkan oleh brand dan menyimpulkan ide besar “Sepotong Kemewahan untuk hari-harimu”. Maka perancangan didasari oleh ide tersebut dalam proses perancangan visual fotografi dan pemilihan elemen-elemen tipografi serta copywriting pada karya. Dalam perancangan iklan ini, penulis berharap pesan oleh brand dapat tersampaikan dengan baik kepada target audience

sehingga dapat meningkatkan minat target audiens untuk membeli produk oleh brand.

5.2. Saran

Penulis memberi saran kepada pembaca untuk mengumpulkan data dan informasi sebanyak mungkin dan sesuai dengan kebutuhan melalui berbagai cara seperti wawancara, kuesioner, observasi lapangan dan studi eksisting dalam melakukan penelitian. Data-data tersebut juga harus valid dan memiliki kredibilitas untuk mencegah terjadinya kesalahan informasi dalam perancangan karya. Saat merancang sebuah iklan, pesan yang disampaikan juga harus jelas dan logis dengan tujuan pembuatan iklan tersebut sehingga tujuan dari iklan dapat tersampaikan dengan baik kepada target audience. Copywriting serta visual yang digunakan juga sebaiknya dirancang dengan keunikannya tersendiri agar dapat menjadi pembeda diantara brand lain yang sejenis.

