



### **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**

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Togawa chair memiliki permasalahan pada tampilan visual promosi sehingga Togawa hanya memajang fotonya pada media online shopping dan Facebook. Penulis menganalisa bahwa kursi lesehan Togawa chair dapat digunakan lebih baik dari pada kompetitor lainnya, sebab Togawa Chair banyak memiliki keunggulan, dimana keunggulan tersebut digunakan untuk peduli terhadap kesehatan terutama bagian tubuh belakang. Hal inilah yang digunakan penulis terdorong untuk merancang visual promosi dengan mengkomunikasikan keunggulan tersebut sesuai dengan rumusan masalahnya yaitu bagaimana konsep perancangan visual promosi Togawa Chair dan cara mengkomunikasikan keunggulan melalui promosi. Visual promosi yang di terapkan pada media promosi diharapkan mampu menjadi daya tarik dan identitas visual yang lebih meningkatkan awareness Togawa chair di masyarakat untuk mengetahui keunggulan Togawa Chair lebih baik digunakan dari pada produk kompetitor.

Visual promosi diterapkan pada media-media promosi yang digunakan adalah perpaduan antara lini atas dan lini bawah, yaitu Poster, Website, X-banner, Brosur, Horizontal banner, Transport ads, iklan Koran, Ambient ads, Katalog, iklan media sosial. Adapun penyebarannya dilakukan pada kota Yogyakarta dan Jakarta karena penulis menganalisis kota Yogyakarta sebagai kota pelajar

memiliki banyak tempat kost yang minimalis sehingga banyak dari kost tidak menyediakan meja, sedangkan Jakarta sebab banyak perumahan dan pemukiman minimalis serta kontrakan minimalis.

Desain visual promosi dibuat untuk menyadarkan masyarakat akan bahaya duduk lesehan tanpa alas dapat mengganggu kesehatan tubuh bagian belakang. Penulis merancang dengan penggunaan ilustrasi fotografi, dan menggunakan Headline atau tulisan yang lebih-lebihkan. Perancangan ini dipilih karena media-media yang dipilih harus bisa dipahami hanya dalam waktu singkat. Antara desain di media yang satu dan lain memiliki kesatuan antara foto, *headline*, *subheadline*, *tageline*, dan informasi mengenai keunggulan yang dimiliki togawa, dan logo.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan bagi pembaca yang akan merancang tampilan visual promosi Togawa Chair dan mengkomunikasikannya melalui media promosi antara lain:

1. Sebagai seorang desainer harus mengetahui kelebihan dan keunikan dari produk kursi lesehan secara jelas dan rinci. Sehingga dijadikan sebagai pegangan dalam pembuatan visual promosi, sehingga menarik target audience.
2. Target audiens jika ingin mencakup segmentasi lain yaitu menengah atas harus diketahui dengan baik gaya hidupnya, demografis, psikografis karena harus dibuat secara efektif dan efisien.

3. Pemilihan lokasi penyebarannya bisa diperluas dan dikembangkan lagi, dengan mencakup seluruh Indonesia sebagai target konsumen utamanya.

