

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Pembuatan skripsi berbasis karya yang berupa *product profile* yang berbentuk satu video berdurasi 4 menit, tiga video berdurasi satu menit, poster, brosur *tri-fold*, dan PoP ini menjadi suatu hal yang memberikan pengalaman berarti. Setelah melalui proses perancangan karya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Agar dapat memenangkan persaingan pada industri yang sama, suatu perusahaan atau *brand* harus dapat menggunakan *marketing platform* secara tepat. Untuk memberikan *awareness point* kepada OnePM Lifestyle Building sebagai *lifestyle building* yang tepat untuk membuka bisnis dengan tema *warm, cozy, dan aesthetic*, maka dibuatlah *product profile* yang terdiri dari poster, brosur *tri-fold*, dan PoP dengan peran sebagai salah satu media promosi *offline* serta video promosi sebagai salah satu media promosi *online* yang membantu nama OnePM Lifestyle Building agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Eksistensi dari *product profile* ini dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan karena menjadi salah satu faktor yang dapat meyakinkan calon *customer*.
2. Kegunaan dari setiap karya pada *product profile* yang terdiri dari poster, brosur *tri-fold*, dan PoP memiliki tujuan dan targetnya masing-masing. Untuk poster sendiri tujuannya adalah memberi *awareness* kepada khalayak bahwa OnePM Lifestyle Building yang terletak di tengah Gading Serpong memiliki ruangan untuk disewakan. Tujuan dari PoP adalah untuk memberi tahu bahwa ruangan tersebut secara spesifik dapat disewakan. Tujuan brosur *tri-fold* adalah untuk memberi informasi yang lebih spesifik terkait ruangan apa saja yang ditawarkan OnePM Lifestyle Building, apa saja fasilitas yang diberikan, dan testimoni dari para *tenant*. Namun tak hanya itu, adanya brosur *tri-fold* mempermudah perusahaan dalam melayani calon *customer*

dan mempermudah *customer* dalam mendapatkan, serta menyimpan informasi terkait ruangan yang disewakan oleh OnePM Lifestyle Building. Sedangkan tujuan dari video promosi adalah agar dapat menjangkau khalayak lebih luas lagi dan mempermudah calon customer untuk melihat gedung OnePM Lifestyle Building tanpa terikat oleh jarak dan waktu.

5.2 Saran

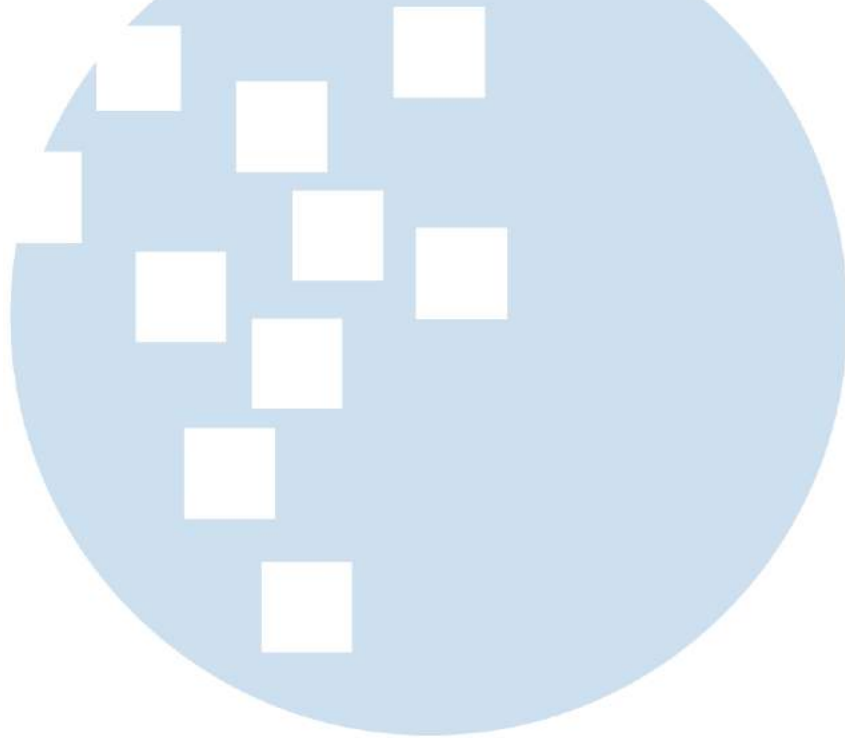
5.2.1 Saran Akademis

Selama menjalankan proses pembuatan *product profile* OnePM Lifestyle Building, penulis menemui beberapa kendala pada proses *designing*, *layouting*, dan *editing*. Tak hanya itu, proses menerapkan *brand guideline* ke dalam bentuk desain yang dirancang juga memiliki kendalanya sendiri dalam menentukan ilustrasi, tipografi, warna, dan elemen visual lainnya. Saran yang dapat penulis berikan kepada universitas adalah untuk menyertakan pembelajaran mengenai desain grafis dan *brand guideline*, sehingga kedepannya dapat mempermudah proses perancangan desain, menentukan *layout* yang cocok, dan dapat lebih fasih dalam menggunakan *editing software* seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan Adobe Premiere Pro. Saran berikutnya adalah agar terdapat pembelajaran terkait *brand guideline*, sehingga nantinya dapat lebih mudah dalam menggabungkan antara informasi yang ingin disampaikan, visual yang dapat menarik perhatian, namun tetap sejalan dengan *brand guideline*, sehingga visual dan informasi yang disampaikan tetap menggambarkan *image* dan citra dari *brand* atau perusahaan tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam perancangan *product profile*, masih terdapat hal-hal yang bisa ditingkatkan lagi, seperti memberikan *floor plan* sebagai salah satu visual pendukung pada brosur agar pembaca dapat lebih memahami ruangan-ruangan yang ditawarkan. Berikutnya, perusahaan dapat menyertakan lebih banyak USP

(*Unique Selling Point*) pada setiap ruangan yang ditawarkan karena dengan menawarkan adanya fitur yang spesial dan unik yang berbeda pada setiap *space* dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi *decision making customer*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA