

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

BFLY Indonesia merupakan sebuah perusahaan lokal yang didirikan pada tahun 2015 yang berasal dari Korea Selatan. Pada tahun 2017, merk BFLY Indonesia dipindah tangankan ke PT. Anugrah Perdana Indonesia (API) yang berpusat di Kota Bandung yang memfokuskan penjualannya pada produk sepatu. Keunikan dari merk BFLY Indonesia terletak dalam proses pembuatannya yang menggunakan teknologi yang berasal dari Korea Selatan. Namun, BFLY Indonesia memiliki kekurangan dalam pengelolaan media promosi yang digunakan. Hal tersebut pun diperkuat dengan data yang didapat melalui wawancara dengan komisaris dari BFLY Indonesia dan *head of creative* BFLY Indonesia, disebutkan bahwa memang saat ini mereka mengalami kendala dalam pengelolaan media promosi sehingga berdampak pada tingkat *brand awareness* yang masih rendah dan mengakibatkan angka penjualan yang tergolong rendah. Oleh sebab itu, diperlukan perancangan media promosi yang dapat memperkenalkan BFLY Indonesia kepada masyarakat luas.

Perancangan media promosi BFLY Indonesia dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang telah dirancang oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solution 6<sup>th</sup> edition*. Tahapan-tahapan yang dilalui selama proses perancangan secara berurutan adalah *research, analysis, concept, design, dan implementation*. Media-media yang dirancang dalam perancangan ini disesuaikan dengan kebutuhan BFLY Indonesia, dimulai dari media *digital* dan juga media cetak. Media-media yang menjadi luaran dalam perancangan media promosi BFLY Indonesia adalah *video motion graphic, post Instagram, e-commerce banner, x-banner, dan merchandise* yang terdiri dari *thankyou card, sticker pack, shoe perfume, dan juga drawstring bag*.

## 5.2 Saran

Dalam pelaksanaan perancangan tugas akhir ini, penulis mendapatkan saran untuk lebih mengeksplor gaya desain agar lebih memiliki karakteristik dalam perancangan yang menunjukkan keunikan dari BFLY Indonesia itu sendiri. Didapatkan juga saran untuk lebih menyampaikan pesan dengan lebih menonjolkan keunikan dari BFLY Indonesia itu sendiri dengan memperlihatkan dan menyampaikan keunggulan-keunggulan yang membedakan BFLY Indonesia dari merk-merk pesaing lainnya.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan baik dalam segi penulisan, proses, maupun hasil karya dalam perancangan tugas akhir ini. Menyadari kekurangan tersebut, diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi penulis dan pembaca yang akan memilih topik serupa sebagai topik perancangan tugas akhir. Adapun beberapa saran yang ingin penulis berikan sebagai berikut:

1. Memastikan untuk memahami dan mendalami topik perancangan tugas akhir.
2. Memperbanyak mencari referensi, baik secara desain maupun strategi media promosi yang digunakan untuk menambah wawasan.
3. Menentukan strategi perancangan secara matang agar hasil perancangan lebih terstruktur.
4. Memastikan untuk tetap menjaga hubungan yang baik dengan pihak *brand*.
5. Memastikan untuk mengatur waktu dengan baik agar pengerjaan tugas akhir berjalan dengan lancar dan tidak kewalahan.
6. Memastikan untuk melakukan bimbingan secara rutin untuk mendapatkan saran yang dapat membantu selama proses pengerjaan tugas akhir.