

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Wuxian Institute merupakan kursus online Bahasa Mandarin yang menyediakan juga jasa konsultasi beasiswa ke negara China. Wuxian Institute menetapkan visi dan misi bagi pelajar dan tenaga kerja di Indonesia untuk menciptakan wadah yang dapat memudahkan dalam mengakses jalur pendidikan tinggi serta berbagai kesempatan lowongan kerja di negara China. Namun seiring berjalannya waktu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Wuxian Institute memiliki masalah desain sehingga tidak maksimal dalam mempengaruhi *brand awareness* dan pertumbuhan jumlah murid.

Oleh karena itu, penulis menciptakan sebuah solusi dengan dirancangnya promosi Wuxian Institute. Tujuan utama berdasarkan data yang dikumpulkan adalah untuk meningkatkan awareness masyarakat mengenai Wuxian Institute yang akan mengarah kepada peningkatan jumlah murid dengan cara mempromosikan Wuxian Institute menggunakan strategi promosi yang sesuai dengan minat dan ketertarikan target audiens. Metode perancangan berpacu pada “*Advertising by Design*” by Robin Landa yang memiliki enam tahapan. Perancangan dilakukan dengan pembagian media utama yaitu instagram feeds serta story dan media pendukung berupa seperti x-banner, poster, katalog, *web ads banner*, dan *merchandise* untuk menjangkau masyarakat dengan lebih luas sekaligus membangun *brand image* yang baik.

Dengan perancangan promosi Wuxian Institute, penulis berharap perancangan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa DKV lainnya yang akan menjalani Tugas Akhir. Penulis juga berharap topik serta pengambilan data diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan menempuh studi yang identik.

## 5.2 Saran

Proses perancangan promosi Wuxian Institute bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan dari *brand*. Dalam perancangan media promosi Wuxian Institute, penulis menyadari bahwa masih banyak hal-hal yang dapat diperbaiki atau diperkuat dalam perancangan ke depannya. Oleh karena itu, penulis memberikan saran kepada pihak yang ingin melakukan perancangan serupa. Salah satunya merupakan penentuan *big idea* yang harus selaras dengan *unique selling point* dari Wuxian Institute dan dapat menjawab kebutuhan atau masalah dari target audiens. Selain itu, pengumpulan data seperti wawancara, survey, dan penelitian yang terdahulu harus dilakukan secara detail agar dapat dipertanggungjawabkan dan perancangan semakin sah didukung oleh data- data yang kuat.

Penulis juga menemukan bahwa dalam menentukan warna yang akan digunakan dalam promosi harus dirancang dengan alasan yang jelas sesuai dengan *brand image* yang ingin dibangun suatu brand. Perancangan desain promosi juga harus menggunakan aset visual yang bervariasi untuk menciptakan tampilan yang lebih menarik dan tidak monoton. Penentuan strategi pesan serta penentuan media promosi harus memiliki tujuan dan kaitan yang kuat sehingga promosi lebih mudah tersampaikan dan dirasakan oleh audiens. Dalam merancang berbagai media promosi, harus dipastikan bahwa unsur promosi harus jelas dan dapat terlihat dalam suatu media agar tidak dibingungkan dengan tujuan perancangan lainnya. Terakhir, penulis menyampaikan bahwa pengelolaan waktu harus sebaik mungkin sehingga dapat menghasilkan karya desain dan laporan dengan hasil yang maksimal. Semoga perancangan ini dapat menjadi panduan bagi peneliti lainnya yang akan melakukan perancangan serupa dan semoga perancangan ini dapat menjadi inspirasi serta referensi bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian serupa.