

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan promosi Jakkili Tour & Travel dilakukan sebagai bagian dari strategi rebranding untuk meningkatkan brand awareness, citra merek, serta minat pelanggan. Proses perancangan ini menggunakan pendekatan Design Thinking yang terdiri dari lima tahap: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Dalam tahap Empathize, dilakukan riset primer melalui wawancara, FGD, dan kuesioner untuk memahami kebutuhan dan persepsi calon pengguna terhadap layanan Jakkili. Hasil menunjukkan bahwa target audiens menginginkan pengalaman berbeda, yaitu liburan yang fleksibel, mudah direncanakan, dan sesuai gaya hidup. Dari hasil tersebut, penulis merumuskan pesan utama dengan tagline “Go Flexible, Go Far” sebagai big idea kampanye. Tagline ini mencerminkan visi Jakkili sebagai partner perjalanan yang memberikan kebebasan dalam merancang liburan sesuai preferensi masing-masing individu. Konsep visual dirancang dengan palet warna biru muda dan biru tua, font Nunito dan Inter Display, serta ilustrasi flat design untuk menciptakan kesan modern, profesional, dan humanis.

Media promosi yang dirancang meliputi desain website responsif, poster A3, brosur trifold, konten media sosial, hingga merchandise seperti totebag dan bucket hat. Setiap elemen dirancang dengan prinsip desain yang kuat, seperti hierarki visual, kontras, proporsi, ritme, dan kesatuan, sehingga mampu menciptakan komunikasi visual yang jelas dan menarik.

Tahap Testing dilakukan melalui Alpha Test dan Beta Test. Alpha Test dilakukan bersama tim internal Jakkili untuk mengevaluasi aspek teknis dan visual. Sementara Beta Test dilakukan kepada target audiens melalui kuesioner evaluasi skala Likert (1–5). Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa desain promosi Jakkili terlihat menarik, kombinasi warna dan elemen desain harmonis, tipografi mudah dibaca, dan tata letak informasi pada website membuat

konten mudah dipahami. Lebih dari 80% responden menyatakan bahwa mereka akan mempertimbangkan menggunakan layanan Jalgili setelah melihat desain promosi ini.

Dengan tingkat kepuasan rata-rata sebesar 4,6 dari skala 5 , dapat disimpulkan bahwa desain promosi yang dirancang telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu:

1. Menciptakan identitas visual yang konsisten dan menarik.
2. Memberikan pengalaman pengguna yang intuitif dan menyenangkan.
3. Meningkatkan minat dan kepercayaan calon pelanggan terhadap merek Jalgili.

Masukan dari responden menjadi dasar bagi penulis untuk memberikan rekomendasi revisi final, seperti penyesuaian kontras tombol CTA, peningkatan responsivitas versi mobile, dan penambahan konten visual destinasi wisata yang lebih detail. Secara keseluruhan, perancangan promosi Jalgili Tour & Travel merupakan upaya untuk menjawab kebutuhan pasar akan strategi promosi yang lebih digital, personal, dan visual. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, Jalgili diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan, serta memposisikan dirinya sebagai partner perjalanan yang fleksibel dan andal di mata generasi muda.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan perancangan promosi pada Jalgili Tour & Travel. Penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan kepada para pembaca, peneliti, dosen, mahasiswa ataupun pihak Universitas yang akan melakukan perancangan dengan topik serupa atau mengembangkan strategi promosi dalam bidang tour & travel. Berikut adalah saran dari penulis untuk para pembaca :

Untuk Dosen/ Peneliti :

1. Pastikan riset awal dilakukan secara mendalam untuk memahami kebutuhan dan harapan target audiens sebelum memulai proses desain.
2. Libatkan pihak industri atau brand sejak awal untuk memastikan arah konsep sesuai dengan visi perusahaan dan relevan dengan pasar.
3. Gunakan data hasil Beta Test sebagai dasar revisi akhir agar desain yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan ekspektasi pengguna.
4. Fokus pada konsistensi identitas visual, mulai dari warna, tipografi, hingga ilustrasi agar citra merek terbangun dengan kuat dan mudah dikenali.

Untuk Universitas :

Memberikan waktu pengerjaan tugas akhir yang lebih fleksibel agar proses perancangan dapat dilakukan secara maksimal.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A