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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam pembuatan suatu media promosi diperlukan penelitian yang mendalam dari berbagai hal seperti perilaku konsumen dan juga studi pustaka yang digunakan sebagai dasar penyusunan dan pembuatan konsep media promosi *My Size*. Selama pembuatan media promosi ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat khususnya orang-orang yang berbadan besar masih kurang mengetahui keberadaan *My Size* dikarenakan kurang menariknya media promosi yang dibuat oleh pihak *My Size*. Maka dari itu media promosi yang unik menjadi salah satu cara untuk lebih mempromosikan *My Size* khususnya ke orang-orang berbadan besar.

Dalam hal ini penulis dituntut untuk dapat menjadi jembatan dalam memvisualisasikan kemauan konsumen dan juga klien. Penulis harus dapat membuat media promosi yang unik dan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk datang ke toko *My Size* dan membeli produknya. Selain itu penulis juga harus memperhitungkan seberapa efektif media promosi tersebut dengan fungsinya sehingga apabila ada yang kurang efektif, penulis dapat mengganti bahkan menambahkan agar lebih efektif fungsinya.

Setelah melakukan penelitian dan perancangan media promosi *My Size*, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Desain komunikasi visual..., Christian Septianto, FSD UMN, 2012

1. Desain grafis yang baik adalah yang selalu memenuhi prinsip-prinsip desain dan unsur-unsur desain. Jadi, tugas utama desainer grafis adalah menyampaikan informasi atau pesan-pesan dari klien kepada masyarakat atau target audience dengan menggunakan prinsip-prinsip desain dan unsur-unsur desain tersebut.
2. Media promosi merupakan salah satu cara suatu perusahaan untuk menawarkan produk yang dibuatnya. Dengan media promosi yang biasa-biasa saja akan sulit untuk bersaing dengan saingan lainnya yang menjual produk yang sama. Maka dari itu media promosi yang unik dan menarik akan lebih efektif untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga akan menimbulkan kesan tersendiri di benak masyarakat.

5.2 Saran

Penulis menyarankan pada pihak *My Size* untuk merancang dan membuat media promosi yang bukan biasa-biasa saja sehingga fungsi dari media promosi tersebut akan sia-sia. Dengan desain yang unik dan menarik, akan membuat media promosi tersebut akan lebih menarik perhatian masyarakat sehingga dapat lebih memperkenalkan *My Size* dan memapankan posisi *My Size* di benak masyarakat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Desain komunikasi visual..., Christian Septianto, FSD UMN, 2012