

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pada objek Rina studio fotografi dan hasil dari perancangan media promosi Rina Studio dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebutuhan media promosi telah dirancang ulang dalam bentuk komunikasi visual mengacu pada konsep dasar perancangan desain pada media promosi yang dikembangkan dengan *glass box method*. Metode ini membantu selama proses pencetusan ide atau gagasan yang merupakan tindak lanjut dari perolehan hasil analisa SWOT.
2. Berdasarkan hasil kajian data objek dan analisa kebutuhan desain melalui analisis *SWOT* membantu dalam pencetusan ide atau gagasan sebagai konsep dasar proses perancangan media promosi Rina Studio. Hasil kajian data dan analisa kebutuhan desain mendukung dalam pemilihan media promosi agar tercapainya nilai keefektifan penyampaian pesan kepada *audiens* serta keefektifan pengeluaran anggaran sejumlah media promosi yang diinformasikan kepada masyarakat.
3. Dalam perancangan ini menghasilkan desain media promosi sebagai penunjang dalam keberhasilan pemasaran jasa fotografi Rina studio di Jepara yang terdiri dari beberapa media diantaranya perancangan logo baru, brosur, *box packaging*, foto album, *paper bag*, *packaging DVD*, gelas *tumbler*, *mug*, bantal, kaos, topi, rompi, x-banner, serta media *online* diantaranya sosial media instagram, facebook, dan tweeter. Hal ini dikarenakan Rina studio kurang eksistensinya dan kurang

mengikuti trend promosi atau kurang *up-to-date* dalam segi promosi dan kurang memperhatikan dalam memanfaatkan kebutuhan desain pada media.

4. Hasil perancangan dalam bentuk desain diimplementasikan atau diterapkan pada jenis media yang dipilih yang terbagi atas media promosi *offline* dan media promosi *online*. Kemudian ditentukan dalam analisis pemanfaatan kebutuhan desain menggunakan analisis *SMART*, tujuannya media yang diaplikasikan menurut jenisnya.

5.2. Saran

Dengan adanya perancangan media promosi Rina studio melalui desain komunikasi visual, maka perlu adanya rekomendasi ataupun saran yang melingkupi hal-hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perancangan media promosi Rina Studio melalui desain komunikasi visual di harapkan dapat di terapkan oleh pemilik penyedia jasa fotografi guna mempromosikan keunggulan dan berbagai pelayanan jasa dan produk fotografi yang dimiliki Rina Studio.
2. Perancangan logo di harapkan lebih memperhatikan unsur-unsur yang mencakup bentuk, simbol, pemilihan warna serta *font* yang digunakan sehingga mampu mencerminkan identitas visual Rina Studio.
3. Dalam perkembangan di era digital, semakin banyak pengguna aktif pada media sosial. Karena hal tersebut di harapkan pemilik jasa fotografi dapat meningkatkan dan menguatkan kembali bentuk promosi media online dengan memanfaatkan identitas secara visual yang dimiliki.

4. Media promosi yang di rancang di harapkan dapat lebih dikembangkan dan diperluas oleh pemilik penyedia jasa fotografi dan dapat di sesuaikan dengan kebutuhan dan sasaran dari Rina Studio.

