

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk merancang sebuah media promosi yang baru untuk *clothing company* Wadezig dengan tujuan untuk meluaskan pangsa pasar. Perancangan media promosi Wadezig memiliki target pasar berumur 16-30 tahun yang berasal dari kalangan menengah ke atas. Ide besar yang penulis gunakan adalah melalui pendekatan *street art*. Hal ini dikarenakan hubungan yang dimiliki Wadezig dengan *street art* sudah cukup erat, seperti menjadi *sponsorship* bagi beberapa *event* terkait. Contohnya adalah hubungan Wadezig dengan FAB, salah satu komunitas *street art* Bandung yang cukup populer eksistensinya. Dalam konsep kreatif, penulis memasukkan unsur-unsur visual dengan gaya seperti pada karya *street art* di Bandung untuk menarik perhatian target sasaran dalam media-media promosi yang digunakan. Penggunaan *background* seperti permukaan dinding yang biasa digunakan sebagai media dalam pembuatan karya *street art*. Selain itu dengan menggunakan gaya khas yang biasa disebut *tagging* (sebuah *signature* atau identitas bomber dengan coret yang berbentuk tipografi) serta menggabungkan dua jenis bagian dari *street art* yaitu *stencil* dan *graffiti*.

Hasil perancangan tersebut lalu diaplikasikan pada iklan majalah, poster, baliho, *sticker*, *flyer*, dan *goodie bag*. Perancangan komunikasi visual ini dibuat untuk memperkenalkan bahwa Wadezig itu dekat dan identik dengan komunitas *street art*. Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi ini, Wadezig memiliki ketenaran karena pangsa pasar yang meningkat di kota Bandung.

5.2 Saran

Pada saat sidang akhir, penulis mendapat saran berupa masukan dari para dosen penguji, saran tersebut di antara lain adalah :

1. Memperbaiki analisis SWOT dalam hal konsep visual.
2. Memperbaiki strategi yang tercantum dalam *weakness* pada SWOT analysis.
3. Memperbaiki ukuran, komposisi, warna, dan aplikasi pada media.

4. Memperbaiki isi dari konten media.
5. Memperbaiki hubungan analisis SWOT dengan matriks perbandingan.
6. Memperbaiki teknis penulisan seperti peraturan penulisan, tata letak, dan istilah-istilah yang digunakan. (*stencil, tagging, dan graffiti*).

Saran-saran diatas tersebut telah penulis aplikasikan ke dalam karya tulisan dan perancangan media promosi.