

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan Media Promosi *T.T.M Tattoo Parlour* di Kota Padang Panjang telah dilakukan oleh perancang. Proses perancangan ini diawali dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan analisis S.W.O.T dan A.I.D.C.A. Dari hasil riset yang dilakukan, perancang menemukan masalah yaitu perlunya media promosi untuk *T.T.M Tattoo Parlour* yang disimpulkan dalam beberapa poin solusi di bawah ini :

1. Membangun ketertarikan dan minat masyarakat terhadap studio tattoo *T.T.M Tattoo Parlour* melalui media promosi.
2. Menghadirkan desain yang disesuaikan dengan target audien agar secara visual perancangan ini menarik minat target audien.
3. Menentukan media apa saja yang akan digunakan dalam promosi *T.T.M Tattoo Parlour* terdiri dari media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah video promosi. Kedua media tersebut saling berkaitan. Dengan adanya video promosi *T.T.M* lebih di kenal oleh masyarakat luas, dan media pendukung seperti poster , catalogue , desain web, konten media sosial serta merchandise dapat lebih mendukung media promosi dari *T.T.M Tattoo Parlour* .

4. Hasil dari perancangan media promosi *T.T.M Tattoo Parlour* sudah bisa dikatakan efektif. Hal ini dilihat dari banyaknya anak muda dan pecinta tattoo yang antusias dan tertarik terhadap *T.T.M Tattoo Parlour*.

B. Saran

Perancangan media promosi ini diharapkan menjadi sebuah wadah bagi perancang dalam mencoba menciptakan solusi dari permasalahan yang ada disekitar. Bagi para desainer harus jeli dan peka terhadap permasalahan yang bisa diselesaikan melalui desain komunikasi visual. Perancangan media promosi *T.T.M Tattoo Parlour* ini diharapkan mampu menjadi solusi dari masalah tentang stigma stigma buruk dari tattoo. Karya-karya yang dibuat jauh dari kata sempurna sehingga perancang menyarankan beberapa pihak untuk ikut serta memberi saran dan masukan demi peningkatan kualitas karya yang diciptakan.

Penciptaan karya hendaknya melibatkan beberapa pihak yang berkaitan dengan perancangan. Seperti mengumpulkan banyak pendapat dari orang-orang yang sesuai dengan target perancangan agar karya yang dibuat efektif.

Pada saat melakukan perancangan, hendaknya melakukan banyak diskusi dengan teman, senior, dosen, dan para desainer agar mendapatkan banyak sudut

pandang serta masukan agar menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Serta mengumpulkan data sebanyak-banyaknya, bisa dilakukan dengan wawancara, observasi, dan menyebar kuisioner.



DAFTAR PUSTAKA

Arief Adityawan & Tim Litbang Concept, (2010), Tinjauan Desain Grafis, 274.

Askunrifai, 2009. *Videografi: Operasi kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*.

Bandung: Widya Padjajaran

Boyd, Walker, dan Larreche. 2000. Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan

Strategi Dengan Orientasi Global, Edisi Kedua Jakarta: Erlangga

Kusrianto, Adi. 2007, Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI.

Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells, 2011. *Advertising Edisi*

Kedelapan. Jakarta : Kencana

Rustan, Suriyanto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:

Andi Publisher

Sihombing, Danton. 2009. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT Gramedia

Pustaka Utama

Internet :

<https://khairil.web.id/blog/aidca-sebagai-model-marketing-lama/>

<http://repository.radenintan.ac.id/3862/1/PDF.pdf>

<https://studylibid.com/doc/954316/bab-ii-kerangka-teori-dan-focus-of-interest-a.-kerangka-t...>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Rajah>

[https://media.neliti.com/media/publications/32571-ID-tato-dalam-kehidupan-](https://media.neliti.com/media/publications/32571-ID-tato-dalam-kehidupan-remaja-studi-kasus-remaja-pengguna-tato-dikota-pekanbaru.pdf)

[remaja-studi-kasus-remaja-pengguna-tato-dikota-pekanbaru.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/32571-ID-tato-dalam-kehidupan-remaja-studi-kasus-remaja-pengguna-tato-dikota-pekanbaru.pdf)