

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan ini memiliki tujuan untuk mengenalkan produk dan perusahaan Tenun H. Ridwan By kepada target audien melalui pendekatan *PRODUCT PLACEMENT*. Proses perancangan ini diawali dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka, kemudian data diolah dengan menggunakan analisis S.W.O.T dan SUPER-A. Dari hasil riset yang dilakukan, perancang menemukan masalah yaitu perlunya media promosi untuk Tenun H. Ridwan By yang disimpulkan dalam beberapa poin solusi di bawah ini:

1. Menghadirkan media promosi yang disesuaikan dengan target audien agar perancangan ini dapat menarik perhatian target audien.
2. Menentukan strategi dan media yang digunakan dalam promosi Tenun H. Ridwan By, terdiri dari media utama dan bauran media. Media utama yang digunakan adalah video promosi melalui video klip dan bauran media berupa katalog, konten media sosial, poster, kemasan, *landing page website*, dan banner yang berisi tentang informasi mengenai produk dan perusahaan Tenun H. Ridwan By.
3. Hasil dari perancangan media promosi Tenun H. Ridwan By sudah bisa dikatakan efektif. Hal ini dilihat dari banyaknya anak muda yang antusias dan tertarik terhadap karya media promosi dan produk dari Tenun H. Ridwan By saat karya media promosi Tenun H. Ridwan By ini dipamerkan dalam Pameran Tugas Akhir *Visualize Your Idea*.

B. Saran

Perancangan media promosi ini merupakan 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 Tenun H. Ridwan By ini diharapkan mampu menjadi solusi dari masalah kurangnya pengetahuan dan minat anak muda terhadap tenunan tradisional khas Sumatera barat ini.

Kedepannya dalam merancang karya serupa, pada tahap awal perancangan diharapkan pembaca bisa melakukan observasi dan mempersiapkan secara matang lokasi pengambilan gambar, *talent*, kru, kemudian waktu dan durasi pengambilan gambar, serta mempersiapkan rencana cadangan untuk mengantisipasi waktu yang tidak sesuai dengan perencanaan jadwal yang sudah ditentukan.

Bagi instansi terkait, khususnya Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten 50 Kota bisa lebih meningkatkan upaya promosi UMKM yang berpotensi di Kabupaten 50 kota, Sumatera Barat, dan semoga dengan adanya perancangan Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi untuk melakukan sebuah gebrakan baru dalam merancang media promosi bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2002), *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Agus Sachari. (2001). *Desain dan Dunia Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*. Bandung: ITB.

A, Nursyrwan. (1982), *Songket Tradisional Minangkabau*, Proyek Pengembangan Permuseuman Sumatera Barat, Padang.

Basu Swastha (2007), *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Cenadi, Christine Suharto. (1999). *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: UKP

Dt. Garang dan Syafrial. (2019), *Tenun Songket Sumatera Barat*. Bekasi: CV. Sarana Cipta Kreasi.

Freddy Adiono Basuki. (2000), *Komunikasi Grafis untuk Sekolah Menengah Kejuruan. Bidang Keahlian Seni Rupa dan Kriya*, Penerbit: Pusat Pembukuan Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.

Freddy Rangkuti (2009), *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, Rhenald. (1992), *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

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

M. Suyanto. (2005), *Strategi perancangan iklan televisi perusahaan top dunia*. Yogyakarta: Andi.

M. Suyanto. (2004), *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.

Philip Kotler (1997), *Manajemen Pemasaran*. Surakarta: PT Pabelan.

Preble, Duane and Sarah. (1985), *Artforms*, Harper and Row. New York: Publishers, Inc. New York.

Rivai Wirasasmita. (2002), *Kamus Lengkap Ekonomi*, Bandung: Pionir Jaya.

Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain. (2002). *Strategi Belajar Mengajar*, Jakarta: Rineka Cipta.

Stockman Steve. (2014). *How to Shoot Video That Doesn't Suck*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

Tjiptono Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Jurnal

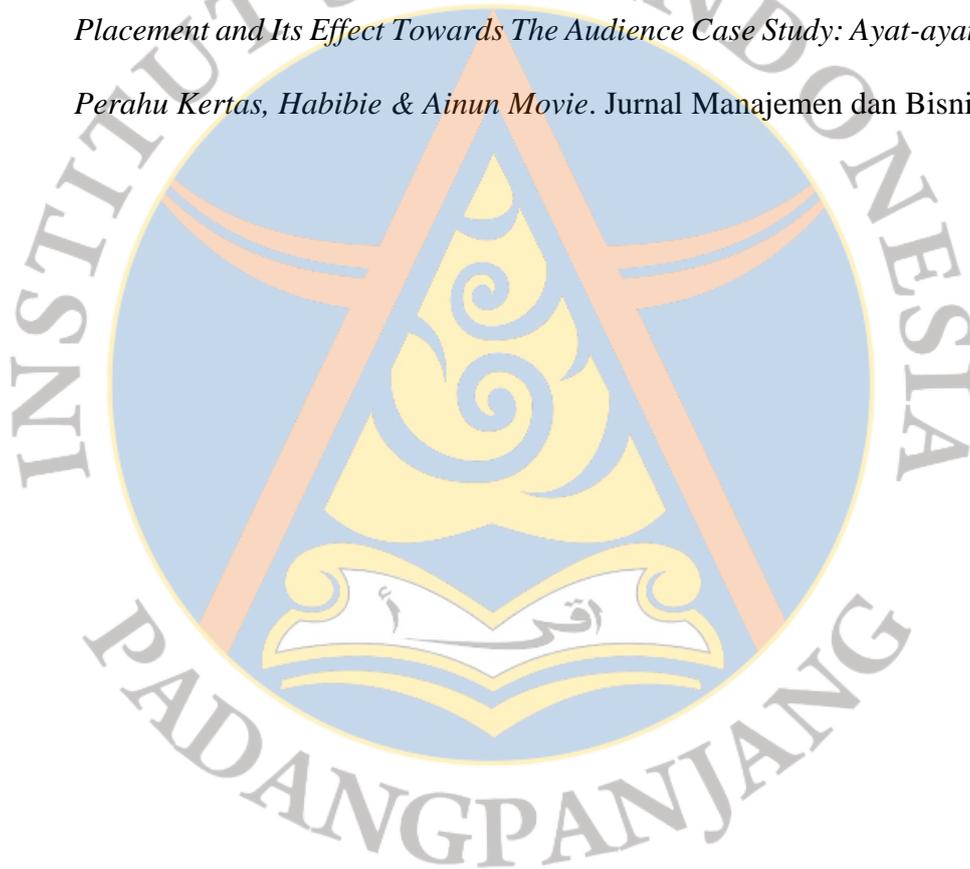
Balasubramanian, S. K., Karh, J. A., & Patwardhan, H (2006). *Audience responseto product placement: An Integrative Framework and future Research Agenda*. Jurnal Advertising.

Rosemary Avery dan Ferraro Rosellina (2000). *Verisimilitude or Advertising? Brand Appearances on Prime Time Television*. Jurnal Consumer Affairs.

Rumambi L. Julivan (2008). *Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Audience Terhadap Product/Brand Placement dalam Acara TV*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.

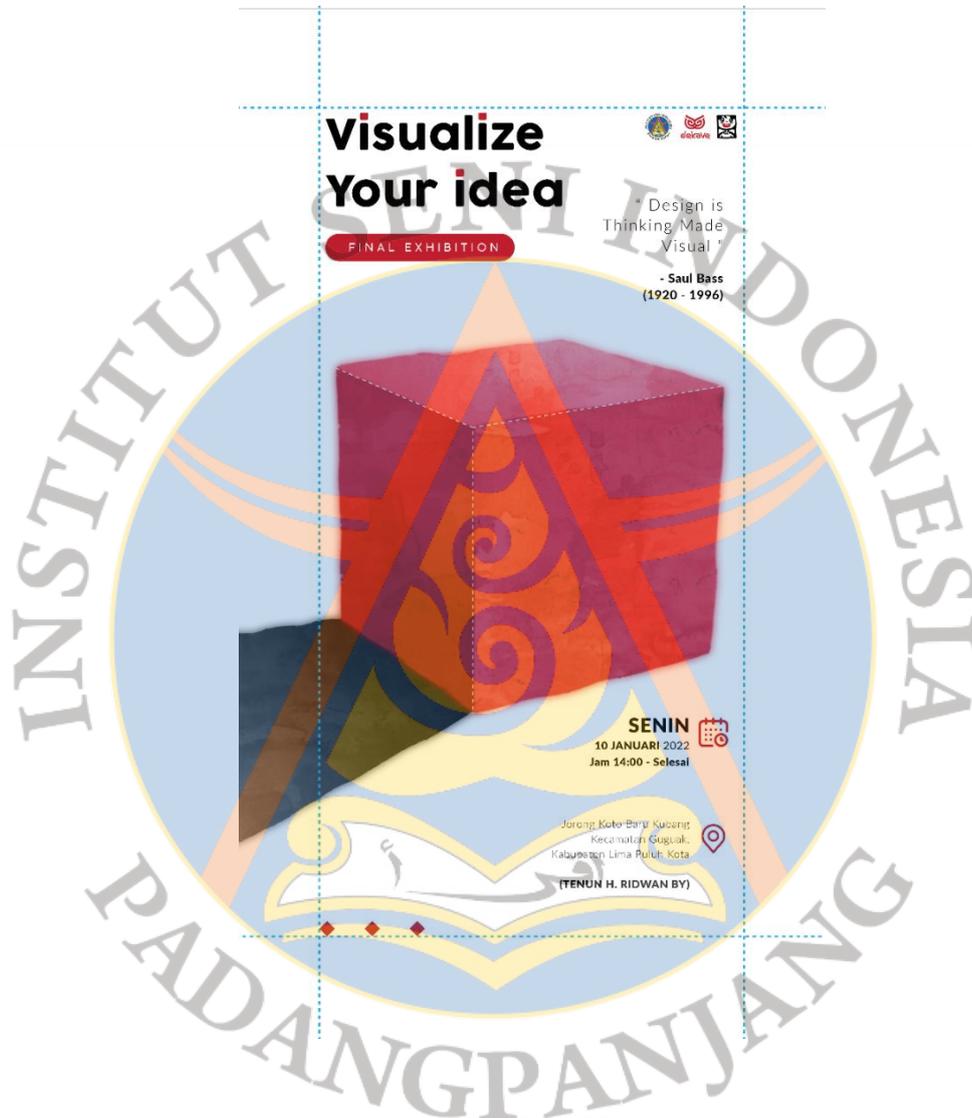
Feldman, Edmund Burke. (1987), *Varieties Of Visual Experience*. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. Harry N. Abrams, I Co.,

Subianti Tripuspa dan Hudrasyah Herry (2013). *Analysis of Movies Product Placement and Its Effect Towards The Audience Case Study: Ayat-ayat Cinta, Perahu Kertas, Habibie & Ainun Movie*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Desain Publikasi Pameran Tugas Akhir Visualize Your Idea.



Gambar 38

Poster Pameran Visualize Your Idea
(Sumber : Midconvo, 2022)



Gambar 39
Undangan Digital Pameran Visualize Your Idea
(Sumber : Midconvo, 2022)

Lampiran 2: Dokumentasi Pameran Tugas Akhir Visualise Your Idea.



Gambar 40
Peresmian Pembukaan Pameran Visualize Your Idea
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 41
Pemberian cinderamata kepada Ka Dispeindag Kab. 50 Kota dan Pak Anin Ditto selaku perwakilan dari DEKAN FSRD ISI Padangpanjang oleh pemuka masyarakat.
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 42
Booth Pameran
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 43
Penjelasan karya kepada KA Disperindag Kab. 50 Kota
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 44
Suasana Jamuan Tamu Undangan
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 45
Suasana Jamuan Tamu Undangan
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 46
Suasana Tamu Undangan Melihat Setiap *Booth* pameran
(Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)



Gambar 47
Booth Photo
 (Dokumentasi: Dzaki Alfaiz, 2022)

No	Nama	Alamat	Tanda Tangan
1.	LISA ANGRAENI	BAPELITRANS KAB. ID KOTA	[Signature]
	EKA PRIMALITA	"	[Signature]
	Dora	"	[Signature]
	FERU CHAFA	Ka. Disparitercer 30 Kota	[Signature]
	Anis Ditto	FDII ESAP	[Signature]
	Hana	PD II - I	[Signature]
	Ayu Michiz	Dsperdglis UKA	[Signature]
	LINDA OKRAVIANA	PLUT	[Signature]
	YOGI HARVADI	PLUG	[Signature]
	Yuliana	Rendang Amella	[Signature]
	ELTA ASTUTI	Rdg. Keluarga	[Signature]
	Arelata Rai	Petaniat Mengko	[Signature]
	D' FITRA NATS	BALNI PANJANG PAYAKUMBUH	[Signature]
	Midro Sridani	Payakumbuh	[Signature]

Gambar 48
 Daftar tamu undangan *Pameran Visualize Your Idea*
 (Dokumentasi: Muhammad Ridho, 2022)

Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara



Gambar 49
Foto Bersama Ikatan Pengusaha Tenun Kubang
(Dokumentasi: M. Ridho, 2021)

Lampiran 4: Dokumentasi Ujian Komprehensif



Gambar 50
Foto Bersama Dosen Setelah Ujian
(Dokumentasi: M. Ridho, 2022)

BIODATA PENGKARYA

Nama : Muhammad Ridho
Tempat, Tanggal Lahir : Kubang, 1 Januari 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 26 Tahun
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Email : ridhoff23@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2003-2009 SD Negeri 04 Kubang
2009-2012 SMP Negeri 1 Guguak
2012-2015 SMA Negeri 1 Suliki
2015-2016 Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas
Menjadi mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual, FSRD Institut Seni Indonesia Padangpanjang pada tahun 2016 dan lulus dari ISI Padang panjang pada tahun 2022.