BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Chokato merupakan salah satu agroindusti yang meproduksi berbagai olahan cokelat. Mendapatkan perhargaan Adhikarya Pangan pada tahun 2016 melihat dari potensi yang dimiliki Chokato sebagai salah satu agroindustri yang berada di Payakumbuh tentunya promosi juga diperlukan untuk menunjang penjualan Chokato.

Setelah melakukan kajian dan analisis data dan pada akhirnya perancang menyimpulkan bahwa salah satu yang tepat untuk mempromosikan Chokato dalam bentuk bauran media dengan strategi digital. Video promosi Chokato menggunakan visual yang dinamis untuk mempromosikan serta meningkatkan atensi dari target audiens, karena video promosi ini dibuat dengan komunikatif dan menarik sehingga menjadi produk yang berdaya saing.

Perancangan media promosi ini dilakukan untuk bisa memberikan informasi tentang adanya produk olahan cokelat yang berada di Kota Payakumbuh. Sehingga bisa menjadi salah satu agroindustri unggulan dari Kota Payakumbuh.

B. SARAN

Perancangan media promosi ini diharapkan menjadi sebuah wadah yang baru dalam mencoba menciptakan solusi dari permasalahan yang ada disekitar. Bagi para desainer harus teliti dan peka terhadap permasalahan yang bisa diselesaikan melalui desain komunikasi visual. Perancangan media promosi Chokato ini diharapkan mampu menjadi stimulus kepada audiens tentang manfaat cokelat dan menumbuhkan ekonomi bagi para petani di Provinsi Sumatera Barat. Karya yang dibuat jauh dari kata sempurna sehingga dianjurkan 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 mengumpulkan banyak pendapat dari orang-orang yang sesuai dengan target perancangan agar karya yang dibuat efektif.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

DAFTAR PUSTAKA

Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

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

Ardhi,Y.(2013).*Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*.Yogyakarta:TAKA Publisher

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain LOGO*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia

Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*. Jakarta :PT. Prehallindo, 119.

Shimp. Terence A. 2002. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 5 Jilid II*. Jakarta; ERLANGGA

Anggraini, Lia, & Nathalia, Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual (DasarDasar Panduan Untuk Pemula. Bandung* : Nuansa Cendikia.

Rustan,Surianto, 2009, *Mendesain Logo.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rustan,Surianto, 2009, *Layout :dasar dan penerapannya.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Fishel, Catharine. 2003. *Logolounge: 2,000 international identities by leading designers*. Massachusetts : RockportPublishers.

https://sumbar.bps.go.id/indicator/54/51/1/produksi-perkebunan-.html/yang diakses pada tanggal 22 November 2020

Wawancara dengan Bapak Joni Saputra (50 tahun) Ketua dan Pengelola Chokato. Wawancara. Di Chokato kawasan Kapalo Koto,Kota Payakumbuh, Sumatera Barat**.**

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG