

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melaksanakan kegiatan perancangan dan analisa masalah yang terjadi di Perusahaan Brand Morteer itu sendiri, penulis menyimpulkan bahwa salah satu cara yang tepat untuk memberitahukan atau mempromosikan secara luas Brand Morteer ini adalah dengan bauran media digital marketing yang menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Perancangan ini memiliki tujuan untuk mengajak calon konsumen untuk menggunakan produk dari Brand Morteer. Bauran media tersebut berisikan video promosi Audio visual, Katalog, Poster, Banner, Visual Akun Sosial Media, Merchandise.

Dalam merancang media - media tersebut, penulis juga menggunakan warna yang sesuai dengan konsep yang ingin penulis ciptakan. Warna yang digunakan dalam perancangan karya ini ialah warna - warna yang mampu menarik dan Mempengaruhi Psikologi calon konsumen. Adanya media-media promosi ini dalam bentuk Online dan Offline diharapkan dapat membuat calon konsumen mencoba membuat sebuah pengalaman baru dalam menggunakan produk Brand Morteer.

## B. SARAN

Dalam Proses Perancangan Media Promosi Brand Morteer banyak proses dan kesulitan yang dilalui. Serta adanya permasalahan lain yang ditemui di Brand Morteer yang mestinya di benahi.

Berikut berapa saran untuk Brand Morteer:

1. Untuk pengelolaan Brand Morteer sebaiknya update terhadap promosi media sosial supaya bisa meningkatkan nilai jual untuk perusahaan.
2. Diharapkan perancangan ini dapat digunakan secara langsung untuk mendukung promosi Brand Morteer.
3. Bagi pengkarya pribadi menyadari masih banyak kekurangan baik karya maupun penulisan ini, maka dari itu pengkarya berharap kritik dan saran yang membangun agar kedepannya dapat menghasilkan karya yang lebih baik dimasa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Lia, & Nathalia, Kirana. 2014. Desain Komunikasi Visual (Dasar Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: NuansaCendikia.

Ardhi, Y. 2013. Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta: TAKAP ublisher

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

Handoko, T. Hani. 2016. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta

Kusrianto, Adi. (2007, 2009) Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi.

Lee, Monledan Carla Johnson. 2007. Prinsip – Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Nawawi, Martini. 1992. Instrumen Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

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

Rustan, Surianto. (2011). Font dan Tipografi. Jakarta: Gramedia.

Sandra Moriarty, Nancy, dan William Wella. 2009. Advertising. Jakarta: Prenada Media Group

Sarastuti. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana. Jurnal Visi Komunikasi / Vol 16, No.01, Mei 2017

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

Sihombing, Danton (2001). Tipografi dalam desain grafis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Stanton J William (1996). Bauran Promosi, Jakarta: Erlangga

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

Swastha, Basu, Irawan. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

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

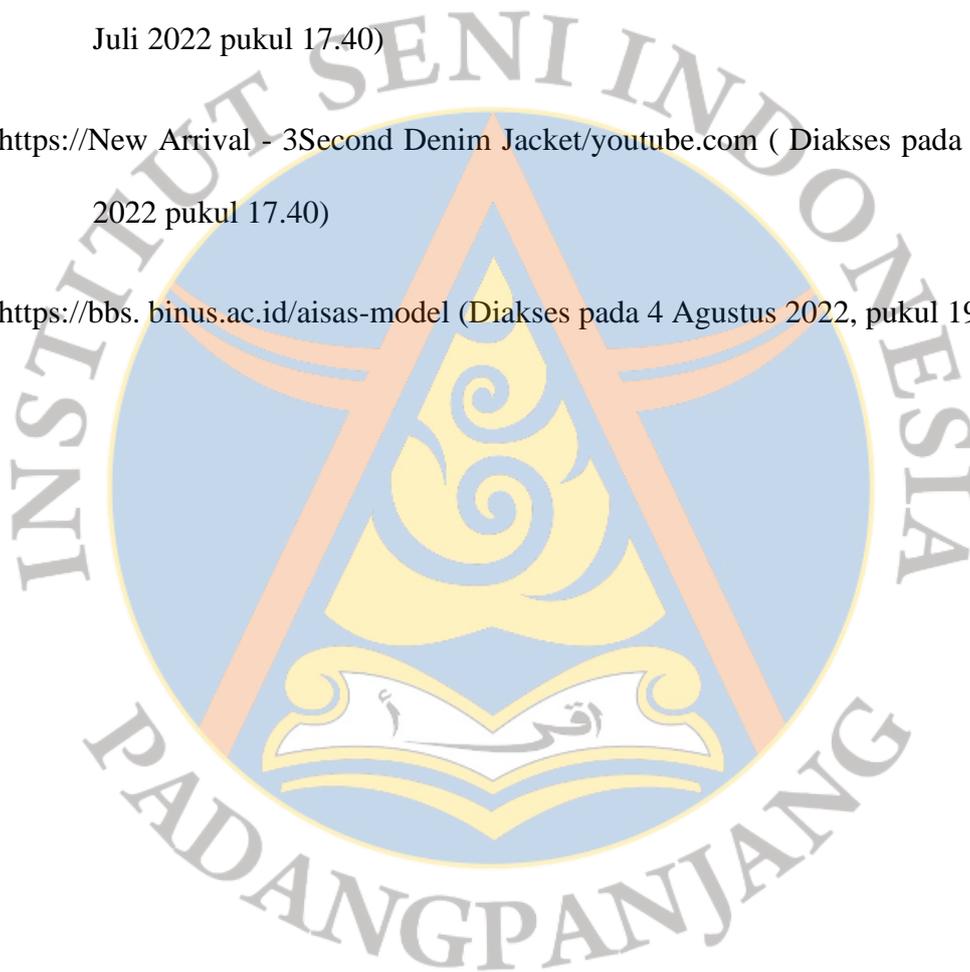
## SUMBER DARI INTERNET

<https://www.instagram.com/VebianoBuger/> (Diakses pada 17 Juli 2022 pukul 16.30)

[https://SCREAMOUS Lookbook September 2019/youtube.com](https://SCREAMOUSLookbookSeptember2019/youtube.com) ( Diakses pada 17 Juli 2022 pukul 17.40)

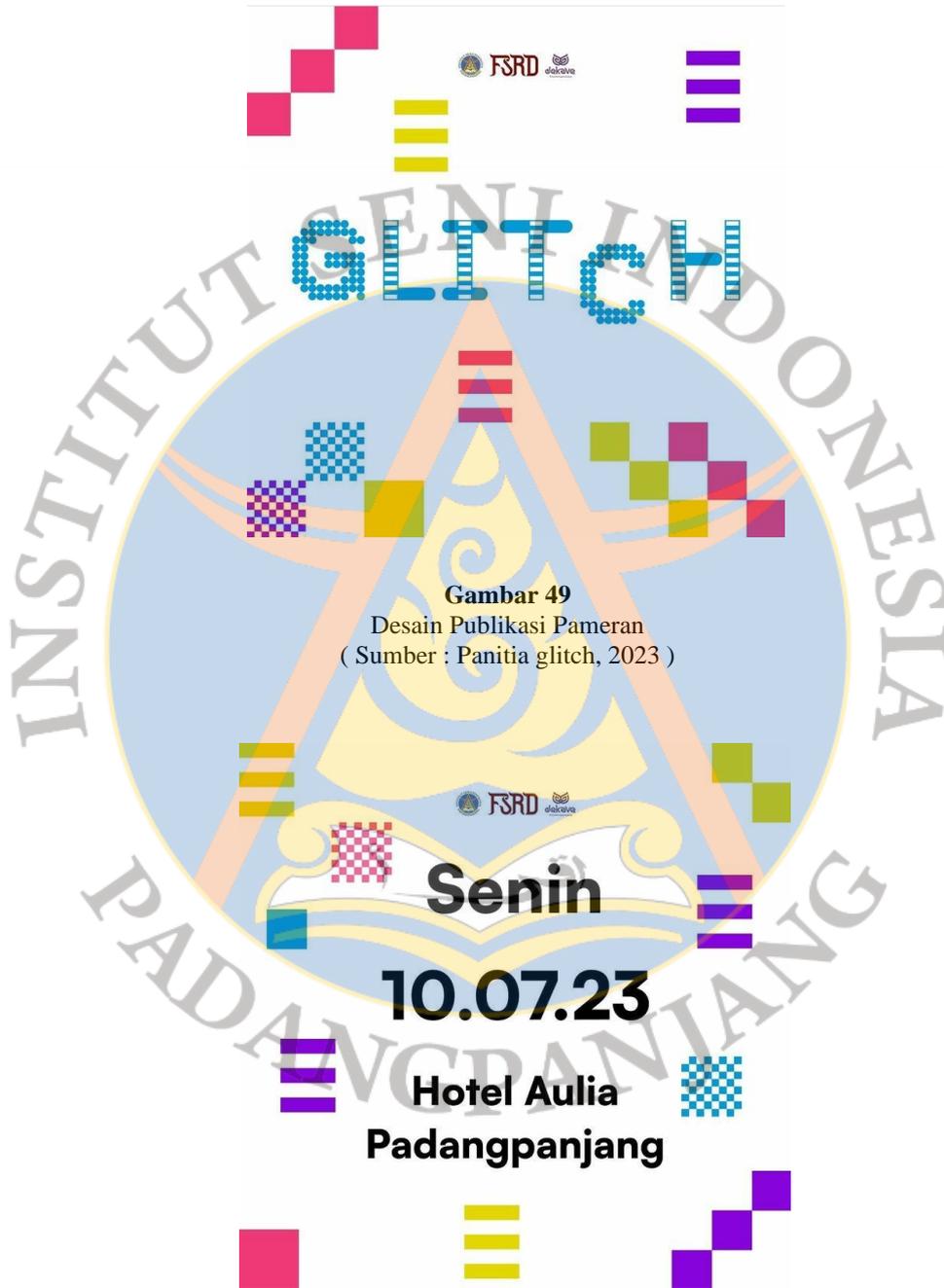
[https://New Arrival - 3Second Denim Jacket/youtube.com](https://NewArrival-3SecondDenimJacket/youtube.com) ( Diakses pada 17 Juli 2022 pukul 17.40)

<https://bbs.binus.ac.id/aisas-model> (Diakses pada 4 Agustus 2022, pukul 19.30)



**LAMPIRAN**

**Lampiran 1: Desain Publikasi Pameran Tugas Akhir GLITCH**



**Gambar 49**  
Desain Publikasi Pameran  
( Sumber : Panitia glitch, 2023 )

**Gambar 50**  
Desain Publikasi Jadwal Pameran  
( Sumber : Panitia glitch, 2023 )



## RUNDOWN

<b>PEMBUKAAN</b>	<b>10.00-10.45</b>
<b>TOUR PAMERAN</b>	<b>10.45-12.00</b>
<b>ISHOMA</b>	<b>12.00-13.30</b>
<b>ACARA PAMERAN</b>	<b>13.30-17.00</b>
<b>PENUTUPAN</b>	<b>17.00</b>



**Gambar 51**

Desain Publikasi rundown Pameran  
( Sumber : Panitia glitch, 2023 )

### Lampiran 2: Dokumentasi Pameran Tugas Akhir GLITCH.



**Gambar 52**

Both pameran mortee  
( Sumber : Rizki Hidayat, 2023 )



**Gambar 53**  
Foto peserta bersama booth  
( Sumber : Rizki Hidayat, 2023 )



**Gambar 54**  
Foto bersama ibu dosen pembimbing  
( Sumber : Rizki Hidayat, 2023 )



**Gambar 55**  
Kunjungan tamu undangan ke acara pameran  
( Sumber : Rizki Hidayat, 2023 )



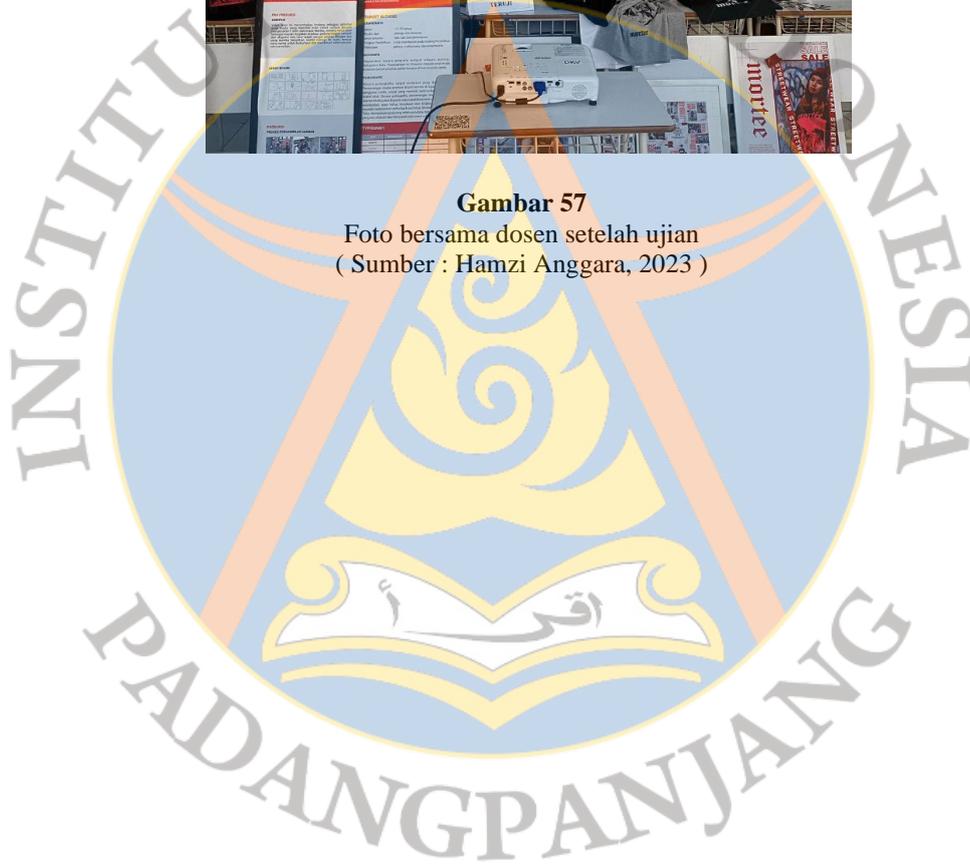
**Gambar 56**  
Foto bersama bapak syukri  
( Sumber : Rizki Hidayat, 2023 )

**Lampiran 3: Dokumentasi Ujian Komprehensif**



**Gambar 57**

Foto bersama dosen setelah ujian  
( Sumber : Hamzi Anggara, 2023 )



## BIODATA PENGKARYA

Nama : Dzaki Al Faiz  
Tempat, Tanggal Lahir : Bukittinggi, 18 Mei 1997  
JenisKelamin : Laki-laki  
Umur : 26 Tahun  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Email : dzakialfaiz86@gmail.com

### RIWAYAT PENDIDIKAN

2003 - 2010 SD Negeri 12 Limo Suku  
2010 - 2013 SMP Negeri 2 Sungai Pua  
2013 - 2016 SMK Negeri 1 Ampek Angkek

Menja dimahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual, FSRD Institut Seni Indonesia Padangpanjang pada tahun 2016 dan lulus dari ISI Padang panjang pada tahun 2023.

