

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Dalam perancangan iklan kreatif desain kemasan dan media promosi produk lokal parfum @glowbe.beauty merupakan suatu langkah yang strategis untuk membangun dan memperkuat identitas merek agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Perancangan yang dilakukan dengan menggabungkan elemen-elemen visual dan konsep branding yang kuat, perancangan Glowbe parfum ini diharapkan dapat berhasil menciptakan kesan yang kohesif dan menarik bagi target audiens Glowbe yaitu wanita remaja-dewasa muda usia 13-35 tahun yang aktif. Perancangan media promosi Glowbe dibuat dengan beberapa elemen desain mulai dari media sosial dan media cetak, elemen ini berupa desain kemasan stiker, desain kemasan box, feeds instagram, story instagram, video motion reel instagram, banner, brosur, poster, katalog parfum, sampel parfum, paper bag merchandise stiker dan notebook.

Kemasan stiker, box, dan sampel parfum dibuat tidak hanya sebagai pelindung produk, melainkan juga menjadi bagian yang penting dalam pembuatan identitas produk. Kemasan stiker dan box dirancang dengan menggunakan warna-warna yang cerah disesuaikan dengan aroma masing-masing varian, serta penambahan elemen varian parfum tersebut untuk memudahkan konsumen dalam mengetahui wangi dari parfum

Glowbe. Selanjutnya, perancangan pada media sosial yaitu feeds dan story instagram yang dirancang dengan memperhatikan estetika dan konsep yang *cute*, *girly*, dan *playful* tetapi tetap konsisten untuk membangun interaksi Glowbe dengan audiens mereka. Menggunakan warna-warna cerah berdasarkan palet warna Glowbe dapat menarik perhatian, meningkatkan *engagement*, dan kesadaran merek.

Video motion reel instagram merupakan strategi promosi dengan memanfaatkan animasi yang menarik dalam bentuk video, pada reel Glowbe dirancang untuk menceritakan keluh kesah seseorang mengenai aroma badannya sehingga menghalanginya untuk dapat melakukan aktifitas di luar ruangan. Hal ini dapat memberikan kesan baru dalam melakukan promosi dengan adanya animasi, musik, dan visual yang menarik. Brosur dirancang dengan model *tri-fold* dan penyampaian pesan dengan jelas, pembuatan visual dengan menarik berdasarkan target audience Glowbe, sehingga rancangan brosur yang dibuat untuk kegiatan *event* dapat terlihat informatif dan estetik. Poster dan banner merupakan identitas merek utama pada saat melakukan *event*, sehingga dalam pembuatannya dirancang hanya untuk menyampaikan pesan utama seperti *tagline* Glowbe parfum dan visual produk parfum, pemilihan warna menjadi sangat penting yaitu dengan memilih warna yang *eye catching*.

Buku katalog parfum dirancang untuk dapat memberikan panduan komprehensif bagi konsumen untuk dapat memahami berbagai varian parfum Glowbe. Dengan menyampaikan informasi mengenai notes parfum,

rekomendasi penggunaan parfum, mencoba wangi varian secara langsung dan penjelasan-penjelasan lainnya mengenai parfum. Dengan pembuatan desain yang menarik dan informatif ini dapat membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan tepat. Dalam melakukan pembelian konsumen juga mendapatkan *merchandise* berupa stiker maupun *notebook*, pembuatan *merchandise* tidak hanya digunakan sebagai hadiah saja, melainkan juga untuk memperluas kehadiran merek di luar produk utama yang dapat meningkatkan visibilitas terhadap merek.

Sementara itu, dalam pembelian produk dibutuhkan wadah atau tas untuk membawa belanjaan parfum konsumen, sehingga dibuat pula rancangan tas belanja atau *paper bag*. Untuk memaksimalkan *paper bag* maka perancangan desain dibuat semaksimal mungkin untuk dapat digunakan sebagai media promosi pula, pembuatan desain yang *eye catching* dapat menarik target audiens lainnya untuk menyadari adanya merek Glowbe. Melalui perancangan iklan kreatif ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan *engagement* Glowbe dan memperkuat *branding* merek.

1.2. Saran

Dalam perancangan iklan kreatif desain kemasan dan media promosi Glowbe terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan agar memaksimalkan dampak dari perancangan iklan kreatif Glowbe diantara, Pertama, konsistensi dalam visual dan pesan dengan penggunaan elemen

visual dan pesan yang konsisten di semua media promosi, ini berupa warna, tipografi, dan elemen grafis. Visual dan pesan yang dibuat harus sesuai dengan *segmentasi, targeting, positioning* Glowbe. Mengutamakan pesan pada *tagline* Glowbe yaitu “Fresh All Day”, dapat menyegarkan sepanjang hari, harga terjangkau, dan kualitas *high end*. Kedua, pembuatan konten yang interaktif dan melibatkan audiens, konten interaktif ini dapat dimaksimalkan dengan penggunaan video motion reel dan story instagram, misalnya dapat dilakukan dengan *quiz, polling*, dan interaksi lainnya.

Ketiga, meningkatkan visibilitas baik itu *online* maupun *offline*. Melalui *offline* dapat dilakukan dengan banner, brosur, dan poster, sedangkan *online* dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang memiliki potensi dalam pemasaran guna mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas merek secara keseluruhan. Dan yang keempat, menggunakan data dan analisis untuk mengevaluasi setiap kinerja di seluruh media promosi, menganalisis media dan cara promosi yang bagaimana yang berhasil dan tidak berhasil diterima oleh audiens, sehingga strategi pemasaran dapat berjalan dengan efektif.