

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* sebagai *brand Identity* yang telah dibuat, maka menghasilkan kesimpulan:

- a) Konsep perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* adalah *simple, elegant* dan *clean* sehingga menggunakan warna yang memberikan kesan elegant juga keseriusan, font yang tegas dan mudah terbaca, dan elemen grafis yang *simple* dan *clean*. Target *audience* dari perancangan ini adalah pria dan Wanita usia 19-64 tahun, dengan mobilitas tinggi di Indonesia terutama Yogyakarta dan juga kota yang padat akan penggunaan sepeda motor. Poster sebagai media promosi juga sarana penyampaian informasi melalui beberapa *marketplace*.
- b) Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti kertas dan pulpen. Selain itu juga menggunakan perangkat keras (*hardware*) yaitu komputer, juga perangkat lunak (*software*) yaitu CorelDraw dan Photoshop.
- c) Baik desain kemasan maupun poster media promosi bisa menjawab kebutuhan permasalahan dari produk *Freeday Active Liquid* yang merupakan produk baru. Seperti desain kemasan yang menarik dan sesuai

sebagai *brand identity* yang mencitrakan *brand Freeday Motoparts*. Lalu desain poster sebagai media promosi yang bisa menyampaikan informasi beserta keunggulan dan cara penggunaan produk *Freeday Active Liquid*. Produk ini dijual secara online di beberapa *platform market place* juga dijual secara *offline* oleh sales dari perusahaan yang nantinya menawarkan ke beberapa toko.

2. Saran

Terkait perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* sebagai *brand identity*, maka perlu memperhatikan beberapa hal-hal berikut:

- a) Bagi mahasiswa ilmu komunikasi dan multimedia, skripsi aplikatif hendaknya dijadikan sarana untuk belajar merancang sebuah media yang kreatif dan kemudian divisualkan dengan konsep yang telah dirancang dan sesuai dengan kaidah dan teori penerapannya, sehingga menjadi sebuah karya yang memiliki kualitas sebagai acuan pembelajaran akademik. Untuk perancangan selanjutnya bisa berupa brosur dan *point of purchase*. Brosur berguna sebagai media penyampai informasi mengenai produk secara *offline*. *Point of purchase* sebagai media untuk memajang atau *display* produk ditoko.
- b) Bagi *brand Freeday Motoparts* diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi baik secara offline maupun online dan lain sebagainya agar

usaha promosi menjadi lebih maksimal sehingga bisa menarik perhatian *audience* dan dapat bersaing dipasaran.