

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Metode yang digunakan dalam promosi ini adalah dengan membuat informasi dan *event* menggunakan media majalah Femina, media sosial *Instagram*, *Website*, dan didukung dengan *gimmick*. Melalui perancangan promosi sandal kelom geulis Tasikmalaya ini, diharapkan para wanita dewasa muda Bandung akan dapat memakai sandal kelom Geulis Tasikmalaya. Visual yang ditampilkan disesuaikan dengan kebiasaan target market yang sering mereka lakukan, sehingga secara tidak langsung target market akan melihat sandal kelom geulis Tasikmalaya tidaklah kuno. Pemilihan media seperti media sosial, majalah, dan *Website* disesuaikan juga dengan kebiasaan target market.

Pembuatan *event* yang terdapat pada promosi ini bertujuan untuk membawa target market ke tempat sandal kelom Tasikmalaya dan membeli sandal tersebut. Didukung dengan media *gimmick* dan mengambil peluang dari kebiasaan “*selfie*” diharapkan *event* tersebut akan memperluas target promosi ini.

Dalam perancangan promosi sandal kelom geulis Tasikmalaya diharapkan target market akan mengunjungi pusat kerajinan sandal kelom geulis Tasikmalaya dan mau mengenakan sandal kelom geulis Tasikmalaya.

5.2. Saran

Dalam membuat perancangan terutama dalam hal yang bersangkutan memakan waktu yang cukup banyak, ada baiknya penulis yang akan melakukan penelitian mempersiapkan segala sesuatunya dari jauh hari.

Pembuatan sketsa yang matang sangatlah berguna dikarenakan dapat menimalisirkan kesalahan yang tidak perlu dan dapat menekan biaya yang dikeluarkan.

Dalam pembuatan sebuah perancangan data yang valid sangatlah dibutuhkan terutama dalam pemilihan media apa saja yang akan dipakai, agar hasil perancangan akan efektif.