

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan media promosi ini bertujuan untuk mengangkat citra positif *brand smartphone* lokal Advan Signature dengan strategi *branding* yang diimplementasikan secara visual. Inti dari strategi *branding* ini adalah dengan menyentuh sisi gaya hidup target dalam menggunakan *smartphone* dan dihubungkan dengan kelebihan produk yang kemudian diolah secara visual untuk media promosinya.

Kaum remaja atau dewasa muda merupakan kaum yang menggunakan *smartphone* dengan rutin sehari-harinya. Penggunaan yang paling berat terdapat pada banyaknya aplikasi-aplikasi sosial, *trend* foto *selfie* dan *mobile gaming*. Produk Advan Signature sudah memiliki spesifikasi yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Karena itu dibutuhkan pendekatan yang tepat agar dapat menyampaikan semua fungsi produk tersebut. Pendekatan yang dipilih adalah dengan ilustrasi yang mengadopsi dari gaya *flat design*. Pendekatan ini dipilih karena selain sebagai pembeda dan keunikan tersendiri, ide dan pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan lebih tepat kepada target.

Dengan promosi melalui strategi *branding* ini, konsumen akan lebih mengenal dan memahami produk lokal sebagai produk yang tidak kalah dengan produk asing dan memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan bagi target.

5.2 Saran

Saran dari dosen penguji dalam perancangan tugas akhir ini adalah untuk mencoba menggunakan hal-hal yang lebih spesifik dan tidak terlalu umum untuk diangkat dalam pendekatan terhadap target. Tujuannya adalah untuk mengangkat *image* dari *brand* Advan Signature selain dari kelebihan fisik produk. Hal ini dikarenakan para

pesaing produk memungkinkan untuk mengeluarkan produk dengan teknologi dan kelebihan fisik yang lebih baik. Karena itu akan lebih baik apabila terdapat nilai-nilai lebih diluar kemampuan fisik produk yang diangkat sebagai pesan utama media promosi dan nilai-nilai tersebut yang diangkat menjadi *brand image* dari produk Advan Signature.