

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pusat Belanja Balubur (Baltos) memiliki berbagai potensi, salah satunya sebagai pusat fesyen muslim di kota Bandung, namun pihak manajemen kurang fokus dalam memaksimalkan potensi yang ada, selain itu media dan promosi yang dilakukan selama ini kurang dirancang dengan serius dan profesional. Setelah melakukan pengumpulan data, observasi, studi pustaka, wawancara, dan melakukan analisa mengenai pusat hijab dan kerudung di Baltos maka peneliti merancang rangkaian promosi. Strategi promosi PIJAR dengan konsep '*Modesty Movements*' ini dapat menjadi solusi untuk dapat mendongungkan kembali potensi yang selama ini kurang mendapat posisi di hati konsumen muslimah.

Warna-warna yang pastel dan font yang feminin serta modern digunakan agar dapat mencerminkan *image* muslimah yang sopan namun tetap modern. Target utama wanita berhijab dengan rentang umur 18-35 tahun yang berpendapatan minimal Rp. 2 juta/bulan. Memiliki tingkat konsumsi cukup tinggi, senang memperbarui penampilan dan mengikuti trend. Logogram pada logo PIJAR merupakan stilasi motif Arabesque yang berbentuk organik, sehingga tetap memunculkan kesan natural dan jujur.

Perancangan media promosi dan konsep komunikasi yang tepat dapat mempengaruhi citra fesyen muslimah Baltos, pun citra Baltos secara keseluruhan. Media cetak dan media luar ruang karena masih cukup efektif untuk menimbulkan efek rekognisi oleh audiens yang melihat media-media tersebut. Media sosial online juga digunakan, melihat masyarakat masa kini sulit terlepas dari media online seperti halnya Instagram. Selain itu dengan semakin berkembangnya *e-commerce*, masyarakat semakin dengan mudah menjual-beli dengan mudah.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Manajemen Baltos

Masih banyak potensi Baltos yang belum dikenal baik oleh masyarakat, terutama sebagai pusat hijab dan kerudung. Selama ini pihak manajemen Baltos kurang gencar dan serius dalam mempromosikan potensi tersebut, sehingga harapan untuk mendapatkan posisi tersendiri di hati masyarakat belum tercapai. Oleh karena itu, peneliti berharap, pihak manajemen Baltos dapat merancang promosi, media, serta komunikasi yang tepat dan profesional dengan memanfaatkan media yang ada dan yang efektif. Apabila dirancang dengan baik, diharapkan target manajemen Baltos dan juga target pemerintah menjadikan Indonesia sebagai pusat mode muslim di dunia dapat tercapai.

### 5.2.2 Saran Bagi Sesama Desainer

Masih banyak media dan strategi kreatif lain yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan potensi pusat fesyen muslim Baltos. Lebih dari itu mempromosikan fesyen muslim secara nasional demi tercapai harapan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia tahun 2025.

### 5.2.3 Saran Dari Dosen Penguji

Saran dari dosen penguji adalah sebagai berikut:

- a) Diharapkan dalam membuat desain media promosi, penulis tidak hanya sekedar berfokus pada desain, tapi komunikasi yang tepat dan efektif untuk menarik perhatian audiens sehingga tujuan promosi tercapai.
- b) Diharapkan penulis memperhatikan warna pada tulisan, terutama pada media luar ruang, sehingga audiens dapat membaca dengan jelas maksud dari komunikasi yang disampaikan.