

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai Etnikhatulistiwa dan pentingnya media promosi untuk memperkenalkan suatu merek. Etnikhatulistiwa merupakan merek tas dan sepatu lokal Indonesia yang memadupadankan bahan kulit asli dari Indonesia dengan kain tenun Indonesia. Etnikhatulistiwa memiliki tujuan yang sangat baik yaitu melestarikan tenun Indonesia, oleh karena itu merek ini harus dikenalkan kepada masyarakat luas agar tujuan dari merek ini tercapai. Selain itu, tujuan sekunder Etnikhatulistiwa yaitu berdonasi untuk anak dan kaum ibu di pedalaman Indonesia menjadi poin plus dari merek lain yang sejenis.

Etnikhatulistiwa masih sangat jarang berpromosi dan promosi yang telah dilakukan kurang efektif, padahal teknologi digital saat ini sudah sangat mendukung. Promosi merupakan sebuah cara yang penting untuk merek yang belum dikenal masyarakat agar memperkenalkan merek tersebut, memperkenalkan visi, misi, dan tujuan, serta menarik minat konsumen agar membeli produk. Citra Etnikhatulistiwa yang kurang mahal, membuat target Etnikhatulistiwa tidak terjangkau.

Peran Desain Komunikasi Visual dalam mempromosikan merek lokal ini sangat besar, karena dapat merubah gaya visual sesuai dengan target Etnikhatulistiwa dan media promosi menjadi lebih efektif serta tepat. Selain itu, pembuatan kemasan produk yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan citra produk menjadi tepat sasaran dan lebih menarik. Perancangan media promosi Etnikhatulistiwa diharapkan dapat menjawab kesulitan merek Etnikhatulistiwa dalam mengenalkan merek lokal ini serta menarik minat masyarakat untuk membeli produk lokal Etnikhatulistiwa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan, maka ada beberapa saran yang harus diperhatikan agar menjadi lebih baik lagi. Bagi mahasiswa Seni Rupa dan Desain, hendaknya dalam pengolahan topik dikupas tuntas apa inti permasalahan akarnya agar penyelesaian masalah menjadi mudah, tepat, dan sesuai target. Selain itu, sangat penting untuk mencari referensi yang relevan sebanyak mungkin agar dalam perancangan media dapat dengan mudah membuat konsep dan visualnya. Dalam proses perancangan, karya haruslah otentik dan orisinal.

