

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Dalam merancang media promosi diperlukan ide ide kreatif dalam proses pembuatannya dan diperhitungkan berapa besar anggaran yang diperlukan sehingga dapat terwujudnya semua media media promosi yang telah kita rancang sebelumnya.

Selain itu agar semua media promosi yang dihasilkan bisa dipertanggung jawabkan secara ilmu Desain Komunikasi Visual dan kenyataan dilapangan maka perlu dilakukan beberapa tahapan seperti : observasi langsung, wawancara langsung, perancangan awal, sampai dengan perancangan akhir dan langsung diwujudkan.

5.2 SARAN

1. Untuk pengembangan perancangan selanjutnya dapat lebih diperdalam lagi yang tentunya dengan cara mensurvey langsung ke tempat yang ingin anda promosikan.
2. Meskipun penulis menginginkan kesempurnaan pada tugas akhir ini, namun nyatanya masih banyak kekurangan yang masih perlu diperbaiki.
3. Untuk media promosi selanjutnya, domohonkan agar membuat media promosi yang sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan.

