### BAB V PENUTUP

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpukan bahwa hasil dari perancangan kali ini ialah media promosi berupa media utama (katalog produk ukuran A4) dan media pendukung (konten instagram berupa feed dan story, poster A4, *notebook* A5 dan A7, brosur, kalender meja A5, dan x-banner) berbasis foto produk. Hasil dari perancangan tersebut diharapkan dapat menjadi alternatif dalam mengenalkan maupun mempromosikan Bada. Mengingat selama ini Bada juga belum menerapkan foto produk asli (originalnya) pada setiap konten-konten promosi. Selain itu masyarakat secara luas juga belum familiar dengan Bada sementara saat ini sudah banyak ditemui usaha-usaha yang bergerak dibidang serupa. Maka diperlukan adanya penerapan strategi tertentu dalam menghadapi persaingan dunia bisnis atau usaha, sehingga perancangan media promosi berbasis foto produk kali ini dirasa sangat dibutuhkan.

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan secraa khusus selama proses perancangan media promosi berbasis foto produk kali ini adalah menyesuaikan konsep perancangan baik foto produk maupun gaya desain agar sesuai dengan karakter Bada yang sudah dibangun sebelumnya, sebab dalam media yang dirancang tidak boleh mengubah karakter sebelumnya yang telah dibangun sesuai dengan citra Bada. Selain itu dalam proses pemilihan medianya-pun harus benarbenar selektif agar mendapat media yang relevan dan juga pertimbangan faktor biaya yang harus dimiliki.

Dengan telah diselesaikannya perancangan media promosi kali ini diharapkan mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Bada, khususnya yang erat kaitannya dengan promosi. Harapan lain dari perancangan media promosi ini yaitu diharpakan dapat memperkuat citra atau identitas Bada dimata masyarakat (melalui gaya desain dan poto produk) sehingga dapat membantu menghadapi persaingan didunia usaha atau bisnis pada bidang yang sama.

#### **5.2 Saran**

Terkait dengan Perancangan Media Promosi Sayur Bada Menggunakan Teknik Fotografi Still Life, ada beberapa masukan dalam bentuk saran untuk kemudian dapat diperhatikan beberapa hal sebagai berikut, ialah dibutuhkan adanya treatment atau strategi tertentu dalam hal memilih ide atau solusi penyelesaian masalah dalam merancang media promosi yang tepat khususnya bagi usaha-usaha baru yang masih memerlukan banyak sekali pertimbangan terutama terkait dengan faktor keuangan yang harus dimiliki.

Serta pada perancangan media promosi kali ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam segi pengembangan usaha maupun industri baru yang tengah berkembang sesuai dengan perubahan sosial yang terjadi. Sehingga masyarakat akan dapat semakin sadar perihal pentingnya peran media promosi terhadap suatu usaha dan juga dapat lebih mencintai produk-produk dalam negeri (khususnya sayuran lokal).