

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Perancangan komunikasi visual untuk saat ini sangat berguna dan diharapkan kehadirannya dalam setiap derak nafas perekonomian maupun kegiatan yang bersifat sosial, dan dalam dalam derak nafas perekonomian tersebut perancangan komunikasi visual sangatlah nyata andilnya, baik untuk produsen maupun konsumen, Produsen tidak akan dapat menjual produknya tanpa adanya sentuhan-sentuhan perancangan komunikasi visual dalam setiap detail produk yang dipasarkannya, begitupun sebaliknya, konsumen tidak akan dapat memperoleh informasi mengenai produk-produk atau jasa yang berada dipasaran.

Hal ini berarti dapat diambil kesimpulan bahwasanya perancangan komunikasi visual merupakan bak serdadu barisan depan dalam peperangan (ujung tombak pemasaran(produsen) dan ujung tombak pembelian(konsumen), dan dimana pengerjaan perancangan komunikasi visual jika tergarap secara matang dan terencana maka peperangan tersebut akan dapat dimenangkan, guna untuk mengoptimalkan penjualan produk ataupun jasa. Dan salah satu cara agar menang dalam peperangan itu, ialah perencanaan media, mengingat efektifitas iklan bergantung pada banyak faktor dan salah satunya perencanaan media tersebut. Media sangat penting dalam kegiatan promosi berkaitan dengan periklanan, karena

media sebagai pendukung periklanan berhubungan langsung dengan konsumen dengan psikologi dan demografi yang berbeda.

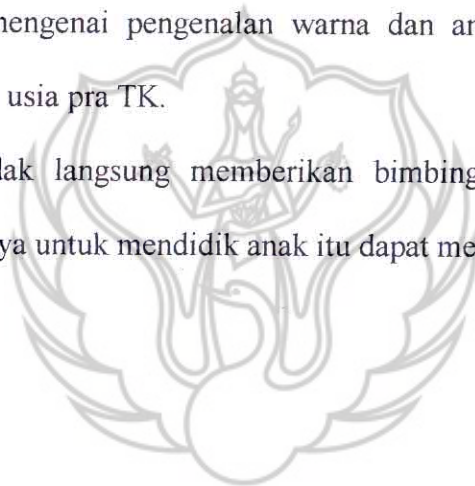
Disamping perancangan komunikasi visual bak serdadu bagian depan dalam peperangan, perancangan komunikasi visual juga bak mantra-mantra dari sang pawang, hal ini dikarenakan perancangan komunikasi visual dapat menjangkau semua kalangan dari ekonomi atas sampai bawah (lelaki-perempuan), dari anak-anak sampai manula, dari pedesaan sampai perkotaan. Dan untuk menjangkau untuk kesemua ragam demografis, psikografis, dan geografis tersebut tentu saja tergantung dari pasar sasaran produk yang ingin di promosikan kepada khalayak, dan misalnya saja pasar sasaran dari produk tersebut untuk Orang tua kelas menengah atas dan tinggal diperkotaan (seperti *target audience* perancangan promosi periklanan film animasi “BONED”) ini, tentu saja eksekusi perancangan komunikasi visualnya disesuaikan dengan demografis, psikografis dan geografis *target audiennya* tersebut.

Dan perancangan komunikasi visual tentu saja jangan sampai mengabaikan prinsip-prinsip tata disain; dominasi, Irama, kesatuan keseimbangan, keserasian, kesederhanaan, dan kejelasan. Ketujuh item tersebut sangatlah penting dalam perancangan komunikasi visual, ini dikarenakan iklan hanya dilihat sekali dalam sekejap (berbeda dengan Seni rupa yang lain), dan apabila iklan tersebut tidak dapat menarik perhatian, iklan tersebut tidak akan dilihat untuk kedua kalinya, keculai produk yang diiklankannya sangat dibutuhkan sekali. Ini berarti dapat diambil

kesimpulan bahwa perancangan komunikasi visual sangat memerlukan suatu pemikiran-pemikiran yang sangat jeli dan teliti.

Dapat ditarik beberapa pokok kesimpulan dalam perancangan promosi periklanan film animasi “BOINED” ini, yaitu:

1. Kampanye periklanan film animasi “BONED” adalah kegiatan yang diselenggarakan dalam upaya memberikan informasi kepada masyarakat khususnya orang tua sebagai *target audience*-nya, tentang keberadaan film animasi yang bersifat pendidikan dan hiburan yang bertutur mengenai pengenalan warna dan angka kepada anak-anak khususnya usia pra TK.
2. Secara tidak langsung memberikan bimbingan kepada orang tua, bahwa sanya untuk mendidik anak itu dapat melalui media film.



## B. SARAN

Saran penulis, hasil karya perencanaan dan perancangan komunikasi visual ini semoga dapat dimanfaatkan;

1. Bagi pengoptimalan promosi film (buatan Indonesia) khususnya animasi, agar mampu bersaing dengan film-film animasi buatan luar negeri.
2. Untuk filmmaker dan animator, film sangat memerlukan sentuhan-sentuhan media promosi untuk sampai ke pemirsannya.
3. Bagi bidang Disain Komunikasi Visual, semoga *out put* perancangan ini bisa memberikan ide ataupun gagasan dalam hal perancangan promosi sebuah film.

