

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Perancangan *Point of Purchase Display* Peony Ecohouse menggunakan Konsep *Green Design* ini berfokus pada memecahkan masalah komunikasi visual yang ada di Peony Ecohouse sendiri. Peony Ecohouse yang merupakan toko curah ramah lingkungan pertama di Yogyakarta masih memiliki banyak kekurangan karena kurangnya referensi toko yang serupa di sekitar Yogyakarta, salah satu kekurangan tersebut yaitu dalam penyampaian informasi produk. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi yang dapat membantu memecahkan masalah tersebut. Perancangan *Point of Purchase Display* ini mengutamakan sistem penyampaian informasi yang sederhana, mengikuti perkembangan zaman namun tetap dapat dengan mudah diakses oleh pelanggan Peony Ecohouse.

Salah satu kendala bagi pelanggan adalah informasi produk *bodycare* yang sulit mereka dapatkan karena ketidakhadanya kemasan beberapa produk. Maka dari itu rancangan ini hadir untuk menjawab masalah tersebut, Rancangan ini mengutamakan *barcode* yang ada di setiap *tag* harga produk yang posisinya berada di *organizer display*. *Barcode* tersebut akan langsung terhubung dengan informasi produk yang ada di katalog produk *online*. Sehingga pelanggan tidak perlu lagi mencari informasi produk ada di *marketplace* yang belum tentu ada atau bertanya kepada admin dengan pengetahuan dan ingatan yang terbatas.

Dalam proses perancangan ini tentu saja ada tantangan dan kendala yang perancang hadapi. Salah satu tantangan tersebut yaitu meskipun perancang adalah mahasiswa desain komunikasi visual namun dalam perancangan ini perancang diharuskan untuk meriset dan merancang sebuah *display* lengkap dengan *organizernya* sendiri. Dalam perancangan ini juga perancang harus meriset dan mempelajari bahan baku *display* apa yang cocok namun tetap ramah lingkungan dengan tolak ukur dapat digunakan berulang

kali, tahan lama dan dapat didaur ulang kembali agar tetap berada di konsep *green design*.

Kendala lain dalam perancangan ini adalah minimnya literatur mengenai *point of purchase*. Tidak banyak buku-buku lokal dan buku luar negeri yang membahas mengenai *point of purchase* secara mendalam. Disisi lain, banyak buku mengenai *point of purchase* yang hanya membahas secara singkat dengan memposisikan pembaca telah paham betul mengenai *point of purchase* kemudian lebih banyak menyajikan contoh-contoh gambar *point of purchase* saja.

B. Saran

Dalam proses perancangan *Point of Purchase Display* Peony Ecohouse ini, tentu saja belum sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Dalam perancangan media yang serupa dan dengan konsep sama yaitu ramah lingkungan terutama *green design*, lebih baik perancang benar-benar mendalami ilmu pembuatan *display* dan lebih mendalami lagi tentang material-material *display* apa yang benar-benar ramah lingkungan namun cocok dengan konsep perancangan. Tidak hanya itu, perancang juga perlu riset dan mengamati *Point of Purchase Display* yang ada di lingkungan sekitar apapun produk yang dipromosikan. Diperlukan juga lebih banyak literasi dan mencari artikel-artikel mengenai *point of purchase* karena perancang merasa perancangan akan lebih kuat, berdampak dan maksimal jika dilandasi dengan teori dan pengetahuan yang lebih luas dan mendalam. Perancangan ini untuk kedepannya dapat dikembangkan menjadi perancangan yang berkaitan dengan keilmuan desain produk dan desain interior karena terkait dengan *display* dan komponen ruangan. Perancangan diharapkan dapat menjadi referensi untuk usaha yang serupa dengan Peony Ecohouse agar tidak terkendala dalam penyampaian informasi produk tanpa kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Kepustakaan Khusus

- Agata Brasela Wibi, Putri.** 2022. *Strategi Komunikasi Lingkungan oleh Peony Ecohouse Bulkstore*. Yogyakarta
- Eliazer Kase, Rumario.** 2024. *Perancangan Interior Tennis Clubhouse Pandawa Sport Center Semarang dengan Pendekatan Green Design*. Yogyakarta
- Firani, A. N.** (2022). *Kaum Muda Pelaku Gaya Hidup Zero Waste Sebagai Generasi Global*. Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*.
- Fuad, Alastair-Luke.** 2002. *The Eco Design Handbook*, United Kingdom. Thames and Hudson Ltd. Dalam Ariani. 2012. *Tinjauan Konsep Green Design pada Radio Magno Karya Singgih Kartono*. Jakarta. *Dimensi Vol.9-No 1*.
- Imron, M.** (2021). *Zero waste starter handbook*. Zero Waste Indonesia.
- Julianti, S.** (2014). *The art of packaging*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lusyani, S., Rudiyanto, & Erna, S.** (2013). *Enriching Company Profile Sebagai Penunjang Media Informasi Dan Promosi Pada Perguruan Tinggi Rahaaja*. Tangerang. *CCIT Journal*, 7(1), 45-56.
- Ma'ruf, Hendri.** 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Mackenzie Dorothy.** 1991. *Green Design: Design for the Environment*. London .Laurence King.
- Maulani Gandari, J. S. N., & Mahbubi, Y. A.** (2017). *Desain media komunikasi visual berbentuk tabloid sebagai sarana promosi SMK Mandiri 2*. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 7(1), 67-78.
- Nazara, Desman Serius.** 2021. *Pengaruh Periklanan Terhadap Volumen Penjualan pada Toko Tricomsel Gunungsitoli*. Manado. *Jurnal EMBA Vol.9 No 3*
- Novarianto Ahmad Fajar, Kurniawan Firman, Irwansyah, Ruliana sukard.** 2019. *Pengaruh Poin of Purchase Terhadap Keputusan Pelanggan Tidak Terencana di Carrefour Tamini Square*. Jakarta. *Journal of Communication Studies Vol. 6 No. 1*.
- Putra Sukardi, Ranidiah Furqonti, Yulinda Ade Tiara.** 2020. *Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pelanggan Produk Pakaian di PT.Matahari Departement Store Kota Bengkulu*. Bengkulu. *Journal Ekombis, Vol.8 No.2*.
- Pegler, Martin M.** 2006. *Visual Merchandising and Display*. New York. Fairchild Pub.
- Volva Ludhini, D., & Djamaludin, D.** (2018). *Perilaku penggunaan tas belanja*

pada ibu rumah tangga tidak bekerja dalam perspektif theory of planned behavior. Bogor. Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Xaverius Ernawan Putra, Fransiscus. 2024. *Perancangan Display Vape Edukatif Sebagai Standar Pengembangan Toko Vape di Jogja.* Yogyakarta.

B. Daftar Laman

Defitri, M. (2022). *10 Zero Waste Communities In Indonesia That Support The Environment.* Waste4Change. <https://waste4change.com/> Diakses 26 Agustus 2024.

FlexyPack. (2020). *6 Macam Bahan Kemasan Untuk Setiap Kemasan.* FlexyPack. <https://flexypack.com/> Diakses 22 Agustus 2024.

Risky, P. (2024). *Sensus BRUIN 2023, Sampah Plastik Persoalan Utama Di Indonesia.* Mongabay Indonesia. <https://www.mongabay.co.id/> Diakses 26 Agustus 2024.

Redaktur. 2023. *Fixture Display: Fungsi dan Manfaat.* <https://www.rajarak.co.id/2023/05/fixture-display-adalah-fungsi-dan-manfaat.html> . Diakses 5 November 2024.

Simatupang, A. T. Tote Bag: Tren Fashion Ramah Lingkungan Di Kalangan Anak Muda. RRI Sibolga. <https://www.rri.co.id/> Diakses 26 Agustus 2024.

Zero Waste Indonesia. Bulk Store: Toko Dengan Konsep Zero Waste Lifestyle. Zero Waste Indonesia. <https://zerowaste.id/> Diakses 26 Agustus 2024.