

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dalam merancang iklan untuk promosi suatu produk baru (dalam perancangan ini sebuah grup musik) sangat membutuhkan persiapan yang benar-benar matang. karena perancangan ini sangat menyita waktu dan tenaga serta mempunyai segudang rintangan. Proses yang menjadi halangan pertama berawal dari sebuah dasar pemikiran, ide, konsep dan pencarian bahan data. Setelah itu yang dipikirkan adalah seperti apa rancangan itu mau diwujudkan tentunya harus ada pandangan-pandangan yang nantinya akan mempengaruhi proses perancangan tersebut.

Mengangkat kasus sebuah grup musik mempunyai kesan dan tantangan tersendiri bagi penulis yang sebelumnya belum pernah merancang yang seperti sekarang ini. Terlebih lagi itu sebuah produk yang belum pernah diiklankan secara benar dan utuh. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi penulis cukup membuat lelah tubuh dan pikiran. Pertama-tama penulis berusaha mencari tahu agar paham seluk-beluk dunia hiburan musik dan wawasan yang luas tentang segala sesuatu di dalamnya. Hal itu yang akan menjadi langkah dan pandangan awal rancangan. Beban selanjutnya adalah menetapkan media yang paling pas untuk promosi. Penulis kesulitan juga dalam memilih media karena dewasa ini begitu banyak pilihan media dan bisa membingungkan.

Setiap produk baru yang diiklankan, selalu mempunyai rancangan yang berbeda-beda dari produk lain sejenis, penulis membutuhkan sedikit proses yang panjang dalam menemukan konsep dan gaya rancangan.

## **B. SARAN**

Setelah melalui proses yang panjang, penulis akhirnya membuat suatu rancangan dengan upaya menyamakan konsep desain dengan konsep musik yang mereka mainkan (The Vagabond). Penulis beranggapan merancang suatu iklan apabila ide, konsep, data dan bahan disederhanakan, rancangan akan semakin leluasa untuk dieksplorasi sebanyak-banyaknya. Sebaliknya jika tidak akan mempersulit dan membatasi ruang eksplorasi rancangan.

Mengalami beberapa kendala dalam rancangan barang tentu pasti ada, saran dari penulis dalam menangani kasus promosi suatu grup musik baru, dibutuhkan persiapan, komitmen, dan konsistensi tinggi dalam membuat rancangan iklan. Proses awal memang sedikit sulit dan membosankan namun tetap harus sesuai dengan aturan main yang telah ada. Sebab seperti apa wujudnya rancangan itu nanti tergantung dari langkah-langkah awal tersebut. Selain itu tergantung pada kasus yang diangkat ke dalam rancangan si kreator wajib mempunyai wawasan dan pengetahuan akan hal itu karena akan mempengaruhi jalannya proses rancangan.

Rancangan harus selalu mempunyai ciri khas, yang nantinya akan membedakannya dengan yang lain. Konsistensi pada desain agar dalam semua

karya mempunyai kesamaan yang menjadi benangmerah satu dengan yang lain. Selektif dalam memilih media akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu promosi. Terakhir, si kreator harus paham benar bagaimana seharusnya menciptakan sebuah karya desain yang memiliki nilai estetis dan bisa dipertanggungjawabkan.

Untuk mengakhiri sebuah rancangan diperlukan cara untuk mempresentasikannya ke dalam bentuk pameran. Dengan diadakannya pameran tersebut bukan berarti penulis sudah mempunyai kualitas tinggi untuk menghasilkan suatu desain. Penulis masih harus melalui banyak tahapan lagi setelah pameran ini untuk mencapai hal yang lebih baik lagi. Maka kritik dan saran penulis harapkan demi menunjang kemampuan penulis dan semoga berguna bagi masyarakat desain khususnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Gunawan, K. Adi, *Kamus Bahasa Inggris Lengkap*, Kartika, 2003.
- Ganjing, Augustine Anggat, dan Jonathan Singki, *Asas Ukiran Iban*, Kuala Lumpur, 1991.
- Hadi, M. Umar, *Metodologi Dalam Desain*, Yogyakarta : Ceramah Ilmiah Fakultas Seni Rupa ISI, 1994.
- Jefkins, Frank, *Periklanan*, Edisi 3, Jakarta : Erlangga, 1994.
- Primapena, *Kamus Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, 2004.
- Suharto, Frans, *Perencanaan Media Periklanan*, Lembaga Pengkajian Komunikasi Pemasaran.
- Surakhmad, Winarno, *Penelitian Ilmiah Dasar-dasar Metode Teknik*, Bandung : Tarsito, 1982.
- Swasta, DH Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 1983.
- Wells, William dan John, Sandra Moriaty, *Advertising Principles and Practise*, New Jersey : Prentice Hall International, 1995.

### Artikel

[http://sendaljepit.com/wordpress / Merentang Riwayat Reggae /2006/08/08](http://sendaljepit.com/wordpress/Merentang%20Riwayat%20Reggae/2006/08/08)