

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Perancangan ini berbentuk poster infografis yang didistribusikan secara digital melalui sosial media konten Instagram. Poster infografis ini menggunakan gaya visual *modern* dengan menggunakan teknis *digital imaging* dalam perancangannya. Perancangan informasi perawatan wajah dari tanaman *tea tree* ini memuat banyak informasi utama khususnya menyampaikan informasi mengenai tanaman *tea tree* dan produk yang sesuai dengan standar. Informasi dalam poster merupakan informasi sejarah singkat dari tanaman *tea tree*, manfaat dari penggunaan produk *tea tree*, cara memilih produk yang mengikuti standar dan jenis kulit yang cocok untuk menggunakan produk *tea tree*. Sehingga diharapkan informasi-informasi tersebut dapat menarik keingintahuan masyarakat untuk menggali lebih dalam mengenai informasi yang ada pada tanaman dan produk perawatan wajah *tea tree*.

Perancangan ini juga menyampaikan informasi mengenai produk perawatan wajah *tea tree* melalui grafis dan dilengkapi dengan penggunaan teks pada keterangan yang dapat membuat khalayak sasaran lebih memahami informasi yang disampaikan, sehingga dapat tertarik untuk mengakses informasi yang ada, karena tampilan infografis yang dibuat terkesan tidak membosankan.

Pada perancangan ini, perancang mengalami kesulitan yaitu literasi mengenai objek atau subjek berupa produk perawatan wajah yang menggunakan *tea tree*. Selain itu, perancang juga kesulitan untuk mendapatkan tanaman *tea tree* dikarenakan pandemi Covid-19 sehingga perancang tidak dapat menampilkan tanaman *tea tree*. Pada saat melakukan wawancara ke dokter kecantikan kulit perancang tetap masih mendapatkan literasi yang kurang mengenai produk perawatan wajah *tea tree* yang aman, sehingga perancang mendatangi dan membuat janji untuk melakukan wawancara pada *brand* atau toko yang menjual produk *tea tree* ditempatnya.

V.2 Saran

Perancang menyadari bahwa proses perancangan ini masih belum memenuhi kriteria, baik dalam segi informasi yang ditampilkan, penampilan maupun dalam

segi kualitas. Kurangnya informasi data pada perancangan ini karena perancang hanya menggunakan data dalam lingkup Bekasi dan Kota Bandung saja, sehingga dapat diperluas pada perancangan selanjutnya. Perancang juga menyarankan untuk perancang selanjutnya agar dapat membuat perancangan informasi yang lebih lengkap dengan data yang lebih baik dan perancang selanjutnya juga disarankan untuk menyesuaikan kembali *point of contact* yang ada didalam *consumer journey* sehingga media utama dapat diakses dengan mudah oleh khalayak sasaran.