

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Saat ini Yansur memiliki kendala dalam pemasaran produknya akibat dari kurangnya *awareness* khalayak terhadap Yansur sehingga sulit untuk membedakan produk Yansur dengan produk lainnya. Agar mudah diingat dan mudah dikenali oleh khalayak, perancangan ini memberikan identitas visual terhadap produk berupa maskot yang terkait dengan Yansur. Berdasarkan perancangan identitas visual Yansur melalui media maskot, perancang mendapatkan ilmu bagaimana merancang sebuah media pendekatan produk terhadap khalayak berupa *brand asset* visual sebagai media komunikasi agar memberikan kesan positif kepada khalayak.

Objek maskot menyesuaikan berdasarkan letak geografis dari maskot dan juga psikografis anak dimana korelasi tersebut dapat memberikan kedekatan visual terhadap khalayak sehingga khalayak lebih *aware* dengan produk Yansur. Proses perancangan tersebut kemudian diaplikasikan ke dalam media informasi seperti poster, brosur, Instagram, *marketplace* dan *flyer*. Kemudian sebagai media pengingat agar konsumen tertarik untuk membeli adalah dengan menggunakan media *merchandise* seperti boneka, *goodie bag*, gelas anak, gantungan kunci, dan stiker menjadikan perancang lebih memahami bagaimana media yang tepat sebagai media komunikasi terhadap khalayak.

V.2 Saran

Pada penyusunan perancangan, dapat dilanjutkan kepada tahap yang lebih luas, perancangan ini hanya berfokus kepada pengenalan identitas dan pengenalan visual. Perancang menyarankan pada proses perancangan berikutnya berupa pesan yang dapat menarik minat konsumen sehingga timbul *call to action* khalayak dalam menyikapi produk Yansur. Contohnya adalah bagaimana cara menyusun pesan yang lebih memikat khalayak sehingga lebih tertarik untuk membeli agar produk Yansur dapat lebih dikenal oleh khalayak dan memberikan dampak positif bagi perusahaan.