

BAB V. KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Perancangan dalam video iklan komersial Frutivez menggunakan gaya visual komik dengan tema *slice of life*. Penggunaan konsep digunakan untuk menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh khalayak. Dalam video iklan komersial ini berisikan pengenalan produk inovasi baru Frutivez dengan menampilkan berbagai kegiatan yang biasa dilakukan oleh khayalak pada kehidupan sehari-hari khususnya pekerja, juga pesan dalam iklan memberikan solusi bagi orang yang ingin efisien dalam mengonsumsi buah. Perancangan dengan warna yang mewakili brand Frutivez. Strategi untuk pendekatan komunikasi disesuaikan dengan gaya komunikasi anak muda seperti Bahasa Indonesia informal yang bersifat santai dan tidak kaku. Pendekatan komunikasi digunakan agar lebih dekat dengan konsumen serta dapat khalayak memahami pesan dari video iklan yang telah disampaikan. Agar media tersebar dengan tepat, digunakan strategi AISAS. Hadirnya video iklan komersial Frutivez dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luas terhadap keberadaan produk camilan buah Frutivez serta meningkatkan penjualan produk.

V.2. Saran

Menyadari bahwa dalam proses perancangan ini masih terdapat kekurangan dalam penyampaian deskripsi produk yang mana sebagian masyarakat masih awam dengan camilan buah inovasi baru Frutivez. Diharapkan peneliti atau perancang selanjutnya dapat meneliti lebih dalam mengenai Frutivez dari sudut pandang lain guna menemukan inovasi atau penemuan baru di masa depan yang dapat membuat Frutivez lebih berkembang.