

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis membuat kesimpulan bahwa untuk membangun strategi promosi yang baik harus memiliki hal yang berbeda dengan pesaing atau *thrift shop* lain. Karena itu, diperlukan sebuah slogan atau *tagline* “*Your Thrift Solution*” yang mencerminkan Shopaholic sebagai *thrift shop* yang mengutamakan harga dan kualitas. Sedangkan untuk merancang media sosial yang baik, diperlukan adanya konten-konten interaktif, konten tersebut meliputi kuis, *games*, dan *giveaway*, dimana konten tersebut mengandung partisipasi dari audiens untuk melakukan interaksi. Perancangan ini menggunakan media platform Instagram sebagai media utama. Pemilihan media ini karena Instagram merupakan platform media sosial yang mudah diakses oleh target audiens dan target market Shopaholic. Media pendukung juga diperlukan dalam perancangan ini, diantaranya *paper bag*, *box packaging*, *x-banner*, *member card*, stiker, label pengiriman, nota pembelian, stempel, *greetings card*, *polymailer*, dan tag harga.

#### 6.2 Saran

Perancangan ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk dikembangkan dalam bidang keilmuan desain komunikasi visual yang lainnya. Pada perancangan ini terdapat masalah lain yang perlu diperhatikan, yaitu belum ada *marketplace* penjualan seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Maka untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan analisis data yang lebih mendalam mengenai *marketplace* yang baik agar mempermudah untuk menjangkau konsumen-konsumen baru.