

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat penulis ambil dari perancangan media promosi booklet LPTB Susan Budihardjo Surabaya ini adalah:

1. Untuk merancang desain suatu media promosi dibutuhkan sebuah riset dan analisis yang mendalam untuk menentukan konsep desain yang akan diterapkan pada perancangan media promosi perusahaan yang bersangkutan
2. Untuk menentukan konsep desain perancangan media promosi, desainer harus memperhitungkan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk mewujudkan citra yang sesuai dengan perusahaan.
3. Agar dapat menghasilkan desain media promosi yang tepat bagi perusahaan, maka dibutuhkan kerja tim yang kompak dari beberapa desainer sebagai upaya brainstorming.

6.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di LPTB Susan Budihardjo Surabaya :

- a. Perlunya keterbukaan antara pihak internal perusahaan dan desainer karena desainer perlu mewujudkan seperti apa suatu perusahaan tersebut dari realitasnya.
- b. Kerjasama antara sesama desainer agar dapat saling mengembangkan ide-ide kreatif sehingga menghasilkan alternatif desain yang bervariasi.
- c. Pentingnya interaksi antara sesama karyawan dengan desainer untuk memperkecil terjadinya salah komunikasi yang dapat berakibat fatal bagi kelancaran perancangan desain.
- d. Perlunya pembagian *job desk* yang jelas dan terperinci sehingga tidak menghambat kelancaran proses perancangan desain.