

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada pelaksanaan kerja prektik di PT. Usaha Utama Bersaudara, penulis banyak mendapat pengalaman mengenai dunia kerja, khususnya yang berhubungan dengan program studi Desain Komunikasi Visual. Salah satunya adalah bagaimana menjadikan sebuah kegiatan yang ada di Lawang Agung menjadi perancangan media promosi yang baik dan informatif kepada calon konsumen untuk menambah Awareness pada perusahaan Lawang Agung yang diaplikasikan di media brosur melalui editing foto produk.

Dengan melalui peroses editing foto untuk media promosi brosur diharapkan sesuai dengan prospek kemajuan marketing Lawang Agung, di karenakan editing foto pada media promosi sangatlah penting karena foto produk pada media promosi bisa memberikan suatu informasi yang sangat luas bagi calon konsumen.

Kurma yang dipasarkan oleh Lawang Agung mempunyai aneka macam kurma atau tidak hanya menjual satu jenis kurma saja. Kurma yang dipasarkan merupakan buah kurma import yang langsung dari tanah suci Mekkah. Selain kurma, Lawang Agung juga menjual oleh-oleh Haji & Umroh. Guna mempromosikan produk yang akan dijual, Lawang Agung memanfaatkan instagram sebagai salah satu media promosi untuk berjualan

## 5.2 Saran

Dari laporan kerja praktik yang penulis paparkan maka penulis menyarankan dan memberi rekomendasi terkait kerja praktik di PT. Usaha Utama Bersaudara sebagai berikut :

- A. Didalam mendisain suatu media promosi diharapkan foto produk dapat lebih di perjelas, karena foto lebih memberikan suatu informasi kepada calon konsumen dan dapat menambah minat beli kepada calon konsumen.
- B. Penyusunan foto produk pada media promosi harus menyesuaikan fungsi kegunaan dan gender, karena tata letak foto produk pada media promosi juga bisa menambah nilai minat beli kepada calon konsumen.
- C. Dalam menyusun desain dan foto produk diharapkan dapat keseimbangan tata letak foto produk maupun font sehingga dapat dilihat dengan menarik di mata calon konsumen.

