



V. Kesimpulan & Saran

V.I. Kesimpulan

Dari uraian bab-bab di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

V.I.I. Dalam mendesain media yang tepat dan sesuai digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan serta menginformasikan Tentang shopaholic berdasarkan analisis wawancara serta analisis data baik secara aktual maupun faktual yaitu media-media yang terpilih terdiri dari media lini atas, antara lain : Poster dan media lini bawah, antara lain : X-banner, Stiker, tas, buku, mini x- banner.

V.I.II. Dalam merancang media komunikasi visual yang efektif untuk mempromosikan kepada mahasiswa di Semarang melalui proses pada pengerjaan desainnya meliputi pengolahan alternatif desain dan akhirnya

menghasilkan desain terpilih dengan visualisasi desainnya berdasarkan ilustrasi, fotografi, teks/tipografi dan warna. Dimana penggunaan dari ilustrasi, fotografi, teks/tipografi dan warna harusnya disesuaikan dengan konsep. Adapun konsep dasar dalam merancang media komunikasi visual ini adalah "feminism, Ceria dan Informatif". Sehingga pesan yang disampaikan berisi informasi yang dibutuhkan sangat jelas. Sehingga dapat digunakan sebagai sarana atau media promosi yang lebih menarik, efektif, efisien dan informatif serta komunikatif dalam mempromosikan keberadaannya sebagai daya tarik agar mahasiswa yang menjadi target sasaran tertarik event dan pola hidup menjadi perlahan berubah

V.II. Saran

Melihat hal tersebut diatas, adapun saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis, antara lain :

Media komunikasi visual yang digunakan untuk mempromosikan hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mahasiswa Semarang tersebut sehingga bisa mencapai target sasaran yang diinginkan agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan diharapkan mampu berperilaku dan menjadi gaya hidup yang produktif.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwarna, (2016). Perancangan Buku ilustrasi tentang Fenomena Belanja di Surabaya. Di akses 24 Januari, 2017, dari Universitas Kristen Petra. Website: <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/4334>

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/461/jbptunikompp-gdl-dewigresia-23020-4-unikom_d-i.pdf

Darmaprawira, W.A, Sulasmi. Warna teori dan Kreativitas penggunaannya . Bandung :ITB

Hanuning, Sri. (2011). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Di akses 23 Januari, 2017, dari perpustakaan. uns.ac.id. website : //

Jane, C., Helen, A., (1996) *A Sociology of Women*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Rustan, Suriyanto, S.sn. (2016). Font dan Tipografi. Jakarta : Gramedia pustaka utama