

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melihat dari semua tahap analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Terkait rumusan masalah pertama, maka terdapat dua kesimpulan yang bisa diambil, yaitu :
 - a. Tema diskon tetap diandalkan oleh sebagian perusahaan terutama pada bidang bisnis jasa dan retail walaupun pada saat itu tidak ada event atau hari besar yang akan dilalui.
 - b. Setiap tema yang diandalkan oleh tiap bidang bisnis ternyata memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Jasa mengunggulkan fasilitas dan deskripsi harga dan pelayanannya. Sedangkan retail masih mengeluarkan banyak harga promo, diskon atau *voucher*. Pendidikan masih berada pada pendaftaran peserta didik baru. Provider masih pada pembenahan tarif. Perumahan pada spesifikasi produk dan harga. Koran menonjolkan isinya, serta spanduk informasi acara mengandalkan temanya masing-masing.
2. Terkait dengan rumusan masalah kedua, Tema diskon tetap ada pada bulan non event namun angka yang keluar pada bulan non event lebih variatif daripada bulan yang terdapat event.

3. Terkait dengan rumusan masalah ketiga, terdapat 2 kesimpulan yang bisa diambil, yaitu :
 - a. Pemilihan warna untuk *backgroundnya* lebih banyak menggunakan warna-warna yang cerah dan terang. Contohnya adalah warna seperti kuning atau merah sering digunakan, hal ini bisa jadi untuk lebih menarik perhatian pembaca.
 - b. Beberapa perusahaan dalam mendesain sebuah spanduk masih menggunakan warna-warna yang menjadi identitas mereka sebagai warna dasar atau warna yang dominan dalam spanduk tersebut. Namun ada juga spanduk yang menggunakan warna berdasarkan *supporting* atau *partner* mereka dalam beriklan.
4. Terkait dengan rumusan masalah keempat, semua spanduk menggunakan huruf *Sans Serif*. Terutama pada bagian informasinya. Para perancang spanduk menggunakan jenis huruf ini dengan tujuan agar pesan tema yang disampaikan berikut dengan informasinya tersampaikan dengan jelas dan juga demi kenyamanan mata pembaca.
5. Terkait rumusan masalah kelima, Semua layout yang digunakan menggunakan jenis layout “the Z”. hanya saja perbedaanya ada pada besar kecilnya sebuah huruf yang digunakan untuk tema maupun informasi. Serta pemilihan tempat untuk meletakkan tema atau informasi atau logo.

6. Terkait rumusan masalah keenam, Karakter dan isi yang dimunculkan dalam spanduk oleh tiap bidang bisnis, masing-masing memiliki ciri-ciri sendiri dan tidak sama.

B. Saran

Dari hasil analisis yang telah didapat, maka ada beberapa saran dari peneliti, yaitu :

1. Pemakaian kombinasi warna kuning dan hitam sudah dipakai oleh beberapa spanduk dari berbagai bidang bisnis, namun kuning yang dipilih menjadi *background* sedangkan hitam menjadi pewarna untuk tulisannya. Sesuai dengan teori yang dikemukakan Jim Blythe, dengan background yang hitam dan kuning akan terlihat lebih *eye catching* dan mudah dibaca. Dengan tampilan *background* dominan hitam dan dengan tulisan kuning, maka akan terlihat lebih menarik perhatian.
2. Dalam pemasangan spanduk, masih ada beberapa titik yang sangat diminati oleh para pengiklan. Bisa jadi dalam 1 kolom pemasangan terdapat 1 hingga 8 spanduk. Hal ini bisa mengakibatkan antar spanduk terjadi tumpang tindih. Hal ini harus diperhatikan oleh para pengiklan. Pengiklan harus terus memantau apa yang terjadi di lokasi pemasangan. Pengiklan juga jangan terlalu percaya dengan biro pemasangan iklan. Selain terganggu karena spanduk lain, faktor alam bisa juga menjadi kendala. Contohnya adalah

karena angin kencang, bisa menyebabkan pemasangan spanduk menjadi terbalik atau terlipat.

3. Beberapa bidang bisnis sudah memakai jasa spanduk sebagai media beriklan. Dari retail maupun jasa hingga media cetak sudah memakai spanduk untuk sarana beriklan. Seiring dengan perkembangan teknologi, sekarang sudah muncul sangat banyaknya *online shop* di Indonesia ini. Terkait dengan makin banyaknya *online shop*, tidak ada salahnya jika para *online shop* ini tidak hanya beriklan di dunia maya saja. Dari beriklan di spanduk, maka setidaknya *online shop* bisa memperkenalkan tokonya di kotanya sendiri.
4. Dalam mendesain sebuah spanduk, pemilihan warna juga harus diperhatikan agar sesuai dengan tema bisnis yang disampaikan. Beberapa bidang bisnis identik dengan beberapa karakter. Warna yang dipakai bisa mewakili karakter-karakter tersebut. Contohnya adalah pada bisnis perumahan, mempunyai karakter yang sejuk, indah, bersih, dan tenang. Warna-warna yang mewakili karakter tersebut dan bisa dipakai dalam mendesain sebuah spanduk iklan perumahan adalah hijau, biru, coklat. Untuk usaha jasa seperti *restaurant*, identik dengan karakter yang lezat, enak, gurih, dan sehat. Warna-warna yang bisa digunakan untuk spanduk *restaurant* adalah kuning, coklat, dan merah muda. Sedangkan salon, identik dengan karakter cantik, feminim, dan bersih. Warna yang bisa digunakan adalah warna pink dan putih. Contoh lain adalah perbankan, yang identik dengan unsur kepercayaan, kaya, dan

royalti. warna-warna yang bisa digunakan seperti coklat, hitam, hijau dan ungu. Untuk bisnis retail identik dengan terpercaya, ramah dan produk yang dijual harus mempunyai mutu yang tinggi. Untuk beberapa karakter tersebut, diwakili oleh warna-warna seperti hitam, hijau, oranye, dan emas. Warna-warna tersebut bisa digunakan dalam mendesain sebuah spanduk untuk lebih memperkuat karakter yang ada dalam bisnis tersebut.

