

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan tas promosi interaktif untuk produk parfum FAIVERS bertujuan untuk menciptakan media promosi yang inovatif, ergonomis, dan menarik secara visual. Produk ini dirancang dengan menggabungkan dua fitur utama, yaitu layar informasi digital dan dispenser kertas wangi otomatis, sebagai solusi terhadap keterbatasan promosi konvensional yang kurang efisien dalam menyampaikan informasi produk secara cepat di tengah keramaian event seperti festival atau booth pameran. Dengan pendekatan desain yang mengutamakan fungsionalitas, kenyamanan, dan identitas visual brand, tas ini menjadi sarana promosi langsung yang efektif dan profesional.

Seluruh proses perancangan dilakukan secara bertahap dan sistematis, dimulai dari studi brand, analisis pengguna, eksperimen ergonomi dan berat, hingga pengembangan visual melalui *moodboard*, sketsa, *model digital 3D*, dan gambar teknik. Studi material juga berperan penting dalam menentukan bahan utama seperti kain Cordura dan PLA hasil cetak 3D, yang ringan namun tetap kuat dan mendukung performa komponen elektronik seperti layar dan dispenser. Prototipe fisik yang dihasilkan mampu merepresentasikan konsep desain dengan baik, serta mendukung kebutuhan mobilitas SPG saat bertugas di lapangan.

Dari hasil kuesioner yang melibatkan responden usia 17–34 tahun, dapat disimpulkan bahwa terdapat ketertarikan tinggi terhadap produk aksesoris atau media promosi yang interaktif dan ramah lingkungan. Mayoritas responden juga menunjukkan minat terhadap penggunaan kertas wangi dari material daur ulang, serta bersedia mengeluarkan biaya dalam kisaran harga terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa rancangan produk memiliki potensi diterima di pasaran dan selaras dengan tren promosi modern yang mengutamakan inovasi, keberlanjutan, dan pendekatan personal kepada konsumen.

Secara keseluruhan, produk yang dirancang telah memenuhi tujuan penelitian, yaitu menciptakan media promosi yang tidak hanya fungsional dan informatif, tetapi juga mendukung citra brand FAIVERS sebagai parfum lokal yang feminin, bersih, dan kreatif. Dengan visual yang konsisten, teknologi sederhana

namun efektif, serta kenyamanan dalam pemakaian, tas promosi interaktif ini diharapkan dapat menjadi strategi baru dalam dunia pemasaran langsung, khususnya dalam industri wewangian dan produk gaya hidup.

5.2 Saran

Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, terdapat berbagai catatan yang dapat menjadi sebuah bahan untuk pengembangan. Hal-hal tersebut adalah:

1. Desain yang lebih bervariasi dan menarik perhatian untuk promosi
 2. Lebih memperhatikan kenyamanan pengguna
 3. Lebih memperhatikan apakah produk terbilang aman digunakan oleh SPG
- Ketika mempromosikan produk