

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Kran wastafel *Friedrich Grohe* terkenal akan kualitasnya di mata konsumen internasional termasuk Indonesia. Konsep produk yang ditawarkan oleh *Friedrich Grohe* adalah menyatukan seni dan teknologi tinggi untuk menghasilkan kualitas dan nilai seni estetis produk yang tinggi. Hal ini terlihat dari dua konsep produk yang ditawarkan yaitu *Grohe Art* dan *Grohe Tec*. Konsep ini menjadi dasar pemikiran di dalam menentukan tema perancangan kreatif komunikasi periklanan kran wastafel *Friedrich Grohe* di media lini atas di Indonesia.

Dalam merancang iklan *Friedrich Grohe*, ada beberapa kendala yang membuat perancang sangat kesulitan untuk memperoleh ide-ide kreatif. Kendalanya yaitu bagaimana menciptakan iklan yang kreatif, inovatif, dan efektif di media lini atas dengan tujuan untuk mengingatkan dan membangun kembali *image Friedrich Grohe* di benak konsumen.

### 5.2. Saran

Sedikitnya waktu yang tersedia untuk perancangan tugas akhir menjadi kendala utama di dalam pencapaian kinerja secara sempurna. Tiga bulan waktu yang ada digunakan seluruhnya untuk merencanakan dan merancang karya tugas akhir, termasuk melakukan riset dan penelitian terhadap materi judul yang diangkat. Hal ini menjadikan pengerjaan tugas secara tergesa-gesa dan kurang sempurna, baik dari segi kelengkapan dan penguasaan materi, perancangan, serta penyajian akhir suatu karya.

Oleh karena itu, diharapkan pada masa-masa yang akan datang, waktu yang direncanakan untuk perancangan tugas akhir lebih banyak. Dan diharapkan juga pengajuan proposal judul karya tugas akhir bisa dimulai satu semester sebelumnya. Sehingga renggang waktu antar semester dapat digunakan secara efektif untuk penelitian dan riset, baik di lapangan maupun survei literatur.