



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perusahaan Sinar Baru Cap Bola Dunia merupakan perusahaan keluarga yang diwariskan secara turun temurun yang sudah ada sejak 1905 dan mulai dikenal pada tahun 1911 dengan kata lain perusahaan ini telah ada di Lampung seabad lebih. Merupakan perusahaan yang tetap ada dan dapat bertahan sampai sekarang dibidang usaha yang sama dari dahulu yaitu pengolahan kopi.

Namun karena banyak bermunculan kompetitor dan kurangnya promosi dibandingkan kompetitor sejenis lainnya, perusahaan ini mulai tidak dikenal oleh masyarakat *junior millenial* (usia muda). Apabila perusahaan ini tetap tidak mempromosikan produknya, dikhawatirkan perusahaan ini tidak dapat melanjutkan produksi lagi, karena keberadaannya yang tidak diketahui oleh generasi berikutnya.

Maka dari itu penggunaan promosi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat *junior millenial* diperlukan agar perusahaan ini dapat terus bertahan dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Media promosi yang digunakan juga mengacu kepada media yang biasa digunakan oleh *junior millenial*. Sehingga promosi dapat langsung sampai kepada target utama.

Data-data didapatkan dari hasil wawancara, observasi serta studi pustaka. Data tersebut digunakan dalam penelitian dan menjadi acuan dalam proses perancangan promosi Sinar Baru Cap Bola Dunia.

Dalam proses perancangan, penulis memperhatikan prinsip desain seperti hirarki baca, *copywriting*, penggunaan *grid*, dan lainnya. Dengan menggunakan prinsip desain tersebut diharapkan promosi dapat tersampaikan dan dimengerti dengan baik oleh target utama, sehingga nantinya berdampak kepada peningkatan *awareness* terhadap produk Sinar Baru Cap Bola Dunia. Hasil dari perancangan yang dilakukan penulis dinilai masih terlalu umum dan kurang spesifik karena dalam proses eksekusi pembuatan promosi, penulis tidak memberikan banyak informasi mengenai keunggulan dari produk tersebut yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya, sehingga promosi ini hanya dapat menjangkau target market secara umum bukan target market yang sangat peduli dan memiliki ketertarikan terhadap kopi secara spesifik.

5.2. Saran

Saran penulis untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan juga peneliti selanjutnya adalah menentukan dengan matang topik dan permasalahan yang akan diangkat, berkonsultasi dengan dosen pembimbing secara intens sehingga dalam proses pengerjaannya dapat dikerjakan dengan lancar, baik dan benar. Mengenal profil perusahaan dan produk perusahaan dengan baik. Mencari seluruh detail data dan kebiasaan target market sehingga dapat mendukung proses perancangan dan hasil perancangan akan lebih akurat. Mengumpulkan semua bentuk dokumentasi baik melalui foto, video atau rekaman suara.

Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara, mempertimbangkan kemampuan tiap dosen pembimbing baik dalam kesiapan waktu, penguasaan teori dan non teori (kemampuan menerima kritik, saran, dan kemampuan memotivasi).

Selain itu proses peminjaman alat, fasilitas, registrasi dan lainnya agar lebih dipermudah dan dijelaskan secara sistematis agar waktu yang ada dapat digunakan dan dimanfaatkan dengan seefesien mungkin.