



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Mangobang adalah produk minuman sari buah khas Subang yang sampai saat ini masih terus mengembangkan usahanya dan memperluas pasar agar lebih banyak lagi yang mengetahui produk Mangobang dengan tujuan meningkatkan penjualan. Nama Mangobang yang masih asing terdengar oleh target khalayak menjadi latar belakang perancangan *brand communication* ini dilakukan. Terbukti dari data yang sudah penulis dapatkan lima puluh empat orang menyukai minuman sari buah dengan pertimbangan rasa, untuk kesehatan, dengan kemasan langsung diminum, sesuai dengan karakteristik produk Mangobang yang mengutamakan rasa, kealamian, dan kepraktisan.

Awalnya penulis melakukan penelitian guna mendalami masalah yang terjadi pada produk Mangobang. Hal tersebut dilakukan dengan cara mewawancarai pihak Mangobang dan melakukan observasi langsung ke tempat produksi Mangobang yang berada di Subang. Selanjutnya penulis mewawancarai target pasar guna mendapatkan data masalah dari sudut pandang target pasar.

Berdasarkan dari data yang sudah penulis dapatkan, perancangan *brand communication* dengan menetapkan konsep dan strategi. Konsep didapatkan dari *mind mapping* dan *brainstorming* yang pada akhirnya menghasilkan *big idea* yaitu “Teman Klop” dan *key message* “Minumlah Mangobang dengan paduan mangga dan nanasnya yang pas”. Hal tersebut bermaksud untuk menyampaikan pesan kepada target pasar bahwa Mangobang minuman sari buah yang alami dan

memiliki perpaduan rasa yang pas, baik untuk kesehatan. Perancangan *brand communication* tidak lepas dari studi pustaka yang penulis lakukan sehingga perancangan akan tetap sesuai dengan teori yang ada.

Strategi visual yang penulis gunakan yaitu menggunakan fotografi sebagai elemen utama pada promosi. Sedangkan strategi media yang penulis gunakan adalah media yang mendukung pemasaran langsung yaitu *one way vision*, *X-banner*, flayer, koran, Sosial Media, dan *souvenir* lainnya yang akan diberikan kepada target pasar saat mengunjungi *stand booth* Mangobang. Perancangan visual promosi Mangobang diharapkan dapat mencapai tujuan promosi yaitu mempromosikan Mangobang kepada target pasar mereka yaitu orang yang peduli akan kesehatan, sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan pembelian produk Mangobang di Subang dan di luar kota Subang.

5.2. Saran

Pada laporan dan karya perancangan *brand communication* minuman sari buah Subang Mangobang ini tidaklah sempurna. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam melakukan penelitian dan perancangan. Maka dari itu penulis menyarankan kepada mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir khususnya dalam hal perancangan *brand communication* agar dapat melakukan penelitian lebih dalam mengenai masalah yang terjadi sehingga topik yang diangkat adalah topik yang tepat dan dapat diselesaikan dalam bidang desain grafis. Selanjutnya penulis menyarankan agar penelitian dapat dilakukan kepada targetkhalayak secara mendalam khususnya dalam hal bagaimana target

menanggapi masalah, bagaimana target biasanya menerima pesan, media dan visual apa yang sesuai dengan target sehingga perancangan promosi dapat efektif dan tepat pada sasaran.

Saran penulis kepada Mangobang adalah promosi yang dilakukan hendaknya didukung dengan visual dan media promosi yang diharapkan dapat lebih menarik target pasar. Dukungan visual dalam melakukan promosi juga diharapkan dapat memudahkan dalam menyampaikan pesan dibanding hanya mengandalkan verbal saja. Hal tersebut dilakukan demi membangun *brand awareness* kepada target pasar sehingga mereka juga lebih mengenal dan merasa memiliki relasi dengan Mangobang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA