



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

Dari hasil observasi dan perumusan topik permasalahan disini penulis menemukan bahwa Lauw Bakery mulai kehilangan *brand awareness* dikarenakan Lauw Bakery masih menggunakan strategi penjualan yang sama seperti dulu yaitu menjajakan produknya dengan gerobak dan menunggu pelanggan datang ke gerai, dan berdasarkan hasil wawancara, Lauw Bakery tidak pernah menggunakan media promosi untuk memasarkan produknya lebih jauh dan juga munculnya kompetitor sejenis yang lebih *modern* serta telah menggunakan media promosi sebagai media penjualan untuk meningkatkan *awareness* dari target konsumennya. Hal ini yang mengakibatkan Lauw Bakery mulai kehilangan *brand awareness*.

Kesimpulan dari perancangan *rejuvenating brand* Lauw Bakery disini adalah pendekatan atau promosi yang dilakukan harus sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Target yang telah ditetapkan disini adalah umur 21 – 30 yang masuk kedalam kategori *millenials* dimana menurut data dari IDN *research* (2019), menyatakan bahwa pendekatan media terhadap generasi *millenials* adalah melalui media *digital* seperti sosial media dan sebagainya, karena generasi *millenials* telah sadar akan perkembangan teknologi dan menurut IDN media (2019) bahwa sekitar 79% *millenials* membuka dan melihat *smartphone* mereka 1 menit setelah bangun tidur. Maka dari itu pendekatan melalui media digital

sangatlah efektif untuk meningkatkan *awareness* dari target baru yang telah ditetapkan.

5.2. Saran

Bagi mahasiswa yang akan melakukan pengambilan Tugas Akhir mengenai topik *rebranding* ataupun *rejuvenating brand*, ada baiknya memperdalam topik permasalahannya terlebih dahulu dan menentukan rumusan masalah yang sesuai dengan data yang telah dicari agar penyelesaian masalah yang dilakukan relevan sama topik permasalahan yang ada. Dan bagi mahasiswa yang mengambil kelas lain bersamaan dengan dengan Tugas Akhir, diusahakan agar dapat membagi waktu dengan baik, supaya tugas yang dikerjakan dapat selesai dengan lancar dan terstruktur

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA