



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

Banyaknya jumlah kendaraan bermotor yang menggunakan bahan bakar minyak membuat cadangan bahan bakar minyak milik Indonesia semakin hari semakin menipis. Oleh karena itu, muncul produk inovasi yakni kendaraan listrik seperti motor listrik. Beberapa merk dalam negeri telah mulai memperkenalkan produknya kepada masyarakat, begitu juga dengan merk United yang memperkenalkan produknya, yakni United Motor. Namun sayang, karena kurangnya dilakukan promosi pada saat memperkenalkan produknya, United Motor kurang mendapat perhatian dari masyarakat.

United Motor memerlukan sebuah promosi yang dapat mendorong *brand awareness*, sehingga penulis merancang sebuah promosi untuk memperkenalkan produk motor listrik United, khususnya motor dengan tipe T yang cocok untuk target sasaran yang sedang diincar oleh United. Dengan data yang didapatkan oleh penulis, maka dipilihlah media sosial sebagai media utama dari promosi ini, karena target dari promosi melakukan *engagement* paling banyak pada media sosial. Melalui penelitian yang dilakukan, maka didapatkan sebuah *big idea* yakni “inovasi berkendara penuh gaya dengan sensasi pengalaman berkendara yang baru”, yang kemudian dijadikan slogan “*New innovation from United. Just for You!*” dan *hashtag* “*#ElectrifyYourWay*”. Proses perancangan dimulai dengan *mindmapping*, kemudian menentukan warna, dan visual foto yang akan digunakan

di dalam promosi. Penulis menggunakan foto aset dari United Motor tipe T yang menjadi fokus dari promosi ini. Untuk mendukung promosi dari media sosial, penulis juga merancang promosi pada media *website*, *web banner*, *billboard*, dan juga *merchandise* yang akan dibagikan kepada target konsumen nantinya. Dalam perancangan promosi ini, penulis berharap promosi yang dirancang ini dapat membantu United memperkenalkan produknya dengan baik, sehingga banyak calon konsumen dari target yang diincar oleh United tertarik dengan produk motor listrik ini dan membeli produk dari United Motor.

5.2. Saran

Penulis menyarankan kepada pembaca untuk mencari informasi dengan sumber yang tepat dan terpercaya, melakukan penelitian data sesuai dengan topik yang diteliti, mencari kebenaran dari informasi tersebut, serta membicarakan topik yang diteliti kepada ahli yang bersangkutan. Visual yang nantinya digunakan pada setiap media, perlu disesuaikan dengan data yang telah diteliti. Selain itu, visual juga perlu disesuaikan dengan produk, *brand*, serta target dari perancangan, sehingga nantinya promosi yang dilakukan dapat secara efektif menarik perhatian dari target konsumen. Hal ini dikarenakan, banyaknya kompetitor yang menawarkan produk sejenis, sehingga diperlukan sebuah promosi yang dapat membuat target konsumen mengingat dan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan atau usaha apapun untuk mengembangkan usaha, dan dikenal serta dipercayai oleh masyarakat secara luas.