



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

Viva White *Soothing Aloe Gel* merupakan *gel* multifungsi yang memiliki banyak kelebihan di antaranya kandungan konsentrat *aloe vera* hingga 200x lebih banyak dan memiliki 100% *aloe vera power*. Produk ini juga merupakan produk terbaru dari rangkaian Viva White *Series*. Dikarenakan produk ini baru dirilis sekitar pertengahan 2019 kemarin, menurut wawancara dengan Bapak Fudiyanto, produk ini masih berproses mencapai target dan banyaknya orang-orang yang belum mengetahui keberadaan produk tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi dari permasalahan yang ada pada produk Viva White *Soothing Aloe Gel* agar produk ini lebih dikenal dan dapat dibeli oleh target *user*.

Dari hasil penelitian penulis secara keseluruhan, solusi dari masalah yang ada ialah melalui promosi dimana dengan harapan yaitu dapat meningkatkan *awareness* kepada masyarakat bahwa produk ini ada dan memiliki kelebihan serta kualitas yang baik. Promosi ini juga disesuaikan dengan target sehingga promosi yang disampaikan melalui pesan maupun desainnya lebih tepat sasaran. Selain itu, dalam promosi juga menggunakannya beberapa tahapan khususnya tahapan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Pada tahapan *attention* dan *interest* yang digabungkan untuk memperkenalkan dan memberi tahu bahwa produk ini memiliki kelebihan dengan pemilihan media yang cocok seperti media *online* khususnya media sosial (Instagram dan Twitter), *ambient* media, media

luar ruangan, dan media cetak. Masuk pada tahapan *search* membuat target *user* dapat mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Viva White *Soothing Aloe Gel* melalui *website* dan media sosial. Lalu, tahapan *action*, target *user* membeli dan menggunakan produk tersebut dengan tambahan adanya media pendukung berupa *gimmick* di tahapan ini. Terakhir, tahapan *share* membuat target *user* bisa membagikan ulasan setelah pemakaian produk tersebut ke media sosial. Konsep dan pesan yang disampaikan dalam promosi ini juga dengan konsep elegan dan *clean* dimana mengambil konsep dewi Yunani sehingga memunculkan warna-warna, ilustrasi elemen grafis, *typeface* hingga *copywriting* yang berhubungan kuat dengan konsep dari sisi *aloe vera* maupun dewi Yunaninya. Sehingga dari promosi ini, target *user* tertarik dan mau membeli dan menggunakan produk Viva White *Soothing Aloe Gel*.

5.2. Saran

Ada pula saran yang penulis dapat sampaikan kepada para pembaca dari merancang Tugas Akhir ini, di antaranya ialah:

1. Perlunya memerhatikan siapa target yang sesuai dari perancangan ini sehingga perancangan promosi akan lebih tepat sasaran dan penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan mudah.
2. Pemilihan media dan cara promosi yang beragam yang dapat disesuaikan dengan era sekarang ini sehingga promosi yang dilakukan lebih efektif.
3. Penggunaan *copywriting* khususnya untuk *headline* yang lebih dari satu yang juga disesuaikan dengan pemilihan medianya, sehingga tidak monoton.