



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

Bagaimana merancang media promosi minuman soda Badak untuk target konsumen usia 17-25 tahun di Jakarta. Minuman Badak adalah minuman soda buatan Pematang Siantar yang sudah berdiri sejak 1916. Minuman ini dahulu memiliki banyak varian rasa, tetapi sekarang hanya tersisa dua varian rasa yaitu sarsaparilla dan air soda. Salah satu alasan yang membuat variannya berkurang adalah penjualan yang menurun sehingga mengakibatkan penurunan produksi. Pada masa kejayaannya di tahun 1980-an, Badak diproduksi hingga 40.000 krat per-bulan, tetapi sekarang hanya sekitar 500 krat per-bulan. Dari fakta diatas, penulis mencari data untuk memperkuat fakta tersebut, yaitu dengan menyebar kuesioner. Dari hasil kuesioner, didapatkan data bahwa 47,7% anak muda di Jakarta tidak mengetahui minuman Badak. Dari data yang penulis dapat, akhirnya penulis memutuskan untuk merancang promosi untuk Badak.

Teori yang digunakan untuk merancang promosi Badak adalah teori AISAS. Penulis menggunakan teori AISAS karena relevan dengan kebiasaan masyarakat di era internet ini. Setelah menentukan teori dan membaca data dari kuesioner yang sebelumnya sudah di sebar, penulis menentukan media utama yaitu *social media*. Dalam AISAS terdapat 5 tahap yaitu *attention, interest, search, action, dan share*. Dalam tahap *attention*, penulis merancang *Instagram post* sebagai media primer, lalu poster dan banner sebagai media sekunder. Di tahap *interest*, media yang

digunakan adalah *Instagram story*. Pada tahap *search*, penulis juga menggunakan media *Instagram post*, tetapi memiliki konten yang berbeda dengan konten *attention*. Pada tahap *action*, penulis merancang *Instagram post template*. Yang terakhir yaitu *share*, penulis merancang desain gelas, pembuka tutup botol, *pouch* sedotan, dan sticker.

Dalam perancangan, penulis menggunakan konsep *fresh* sehingga *asset* dan warna yang penulis gunakan memiliki makna yang *fresh*. Penulis menggunakan gaya visual yang menarik bagi *target*, seperti warna yang cerah dan *copywriting* yang relevan dengan anak muda. Penulis juga menggunakan teknik *digital imaging* untuk memanipulasi foto karena keterbatasan waktu. Penulis mengumpulkan *asset* dari situs penyedia gambar gratis di internet. Dari keseluruhan perancangan ini, aspek yang paling ingin ditekankan yaitu *attention*, karena penulis ingin anak muda berusia 17-25 tahun mengetahui minuman Badak, karena minuman ini adalah sebuah warisan yang harus di pertahankan. Dari hasil perancangan pada penelitian ini, ada beberapa hal yang perlu diolah kembali. Pemilihan gambar untuk *asset* visual harus memiliki kualitas yang lebih baik, sehingga dalam proses *digital imaging* bisa lebih maksimal. Bahka sebisa mungkin untuk menggunakan foto produk milik pribadi sehingga bisa mengatur konsep lebih mudah.

5.2. Saran

Untuk mahasiswa yang membaca laporan ini dan akan merancang sebuah penelitian seputar promosi, hendaknya menentukan teori yang relevan dengan *target* dan

fenomena yang terjadi. Ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk merancang media promosi, AISAS adalah salah satunya. Untuk merancang promosi, data yang dikumpulkan harus berhubungan dengan penjual suatu produk atau jasa, sehingga dapat memperbaiki penjualan suatu *brand*. Salah satu cara untuk mengumpulkan data yang faktual adalah mewawancarai narasumber yang berhubungan dengan produk itu sendiri, seperti *owner*, *agent*, atau bahkan *user*. Dengan mewawancarai tiga macam narasumber tersebut, sudah dapat data yang terdapat di lapangan, sehingga konsep perancangan akan lebih mudah dan jelas.