



### **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 Simpulan

Mad Bagel merupakan toko roti yang menjual yang berbentuk seperti cincin yang seukuran dengan telapak tangan yaitu roti bagel yang dimana telah berdiri sejak tahun 2014 yang berlokasi di Jakarta dan Tangerang. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa masih banyak responden yang belum mengetahui atau *familiar* dengan roti bagel yang dimana roti bagel masih kurang populer dibandingkan dengan roti manis dan tidak mengetahui atau mengenali adanya *brand* Mad Bagel di Jakarta dan Tangerang. Maka dari itu, penulis merancang kampanye promosi Mad Bagel untuk remaja milenial di Jakarta dan Tangerang yang bertujuan untuk memperkenalkan roti bagel dan meningkatkan *brand* Mad Bagel kepada masyarakat terutama remaja.

Pada proses perancangan kampanye promosi ini, penulis melakukan riset dan pengumpulan data terlebih dahulu. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data dan juga informasi yang lebih jelas dan detail. Kemudian data yang terkumpul dianalisis dan dirangkum ke dalam suatu *creative brief* sebagai panduan penulis dalam merancang kampanye promosi tersebut dengan menggunakan metode perancangan menurut Landa (2014) dan Sugiyama dan Andree (2011).

Kampanye promosi Mad Bagel ini menggunakan media digital dikombinasikan dengan media konvensional untuk mempromosikan Mad Bagel kepada target audiens yang ditunjukkan. Media utama dalam perancangan kampanye promosi Mad Bagel berupa poster dan *Instagram* untuk menarik perhatian target audiens serta meningkatkan rasa ketertarikan atau *interest*, dan juga *website* untuk memberikan informasi mengenai roti bagel dan *brand* Mad Bagel kepada target audiens. Selain itu, penulis juga menggunakan media sekunder seperti *flag banner*, *digital & market place banner ads*, *Instagram filter* dan juga *voucher* untuk

menjangkau lebih banyak target audiens agar kampanye promosi ini berjalan dengan efektif.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan saran dari dewan sidang untuk menambahkan aset-aset yang dapat memperkuat *ambiance* kota New York dan Jakarta yang ditampilkan sesuai tujuan penulis pada kampanye promosi ini. Selain itu, penulis memiliki beberapa saran kepada pembaca terutama peneliti yang mengambil topik yang serupa dengan penulis yaitu perancangan kampanye promosi, yaitu menentukan topik yang memiliki data yang cukup sehingga tidak mempersulit peneliti untuk mengumpulkan data. Kemudian memahami dan menguasai topik dari data yang terkumpulkan untuk merencanakan strategi perancangan yang dapat menjadi solusi dari permasalahan topik dan mengatur manajemen waktu agar perancangan Tugas Akhir ini dapat selesai pada waktunya tanpa kendala.

