

BAB V

PENUTUP

5.1 kesimpulan

Dari adanya promosi yang dilakukan yang memiliki peran besar terhadap produk dan merek didalam untuk meningkatkan dan memperluas penjualannya, Dodol Nyonya Lauw 55 berkeinginan untuk memperluas cakupan penjualan, Dodol Nyonya Lauw 55 ini belum melakukana promosi yang baik dan harus bersaing dengan competitor dodol lainnya yang lebih berkembang dalam promosi,oleh karna itu membutuhkan sebuah promosi agar meningkatkan penjualan dan juga awareness pada masyarakat terhadap Dodol Nyonya Lauw55 ini perancangan promosi ini dibuat dengan membentuk idea yang harus menjadi perbedaan dengan merek lainnya, banyak audiens yang belum mengenal Dodol Nyonya Lauw 55 ini maka harus menata konsep dan strategy yang harus dibuat agar bisa bersaing dengan merek lainnya

5.2 Saran

Sebuah perancangan promosi dengan topik yang dibuat , memerlukan ide-ide dan cara penyampaian pesan terhadap audiens, karena melakukan perancangan promosi tidaklah mudah,melakukan promosi dengan media jasa maupun produk harus bisa menarik audiens diantara beberapa competitor, penulis menyarankan agar disaat membuat perancangan promosi harus memiliki data data yang banyak agar bisa menyusun strategy promosi yang baik dan benar agar bisa menggunakan beberapa media yang update dan bisa berkembang di media lainnya.