

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Khakumsa merupakan sebuah bisnis makanan ringan di Tangerang, yang menjual camilan ulat sutra khas Pontianak di mana baru berdiri di tahun 2022. Di mana produk camilan ulat sutra ini memiliki tiga varian yaitu *original*, *vegetarian*, dan *keju*. Namun karena Khakumsa merupakan bisnis yang baru berjalan dan masih banyak yang belum mengenal camilan ulat sutra yang di mana nama camilan tersebut membuat orang menjadi ragu untuk mencoba karena banyak yang mengira ini merupakan ulat asli. Hal ini tentu berdampak untuk perkembangan bisnis Khakumsa ke depan nya, sehingga di perlukan sebuah media promosi yang di mana memiliki tujuan untuk memperkenalkan Khakumsa dan camilan ulat sutra.

Berdasarkan hasil data-data yang penulis kumpulkan, penulis bisa belajar tentang media promosi dari berbagai sumber melalui wawancara dan FGD, yang tentunya membantu penulis untuk belajar mempromosikan camilan ulat sutra dan memperkenalkan camilan ini pada orang-orang yang belum mengenal Khakumsa dan camilan ulat sutra. Penulis membuat media promosi untuk memperkenalkan camilan ulat sutra dan Khakumsa. Media yang di gunakan perancangan ini memakai media *online* sebagai media utama dan media *offline* untuk media pendukung, yang di mana pemilihan ini di pilih dari hasil pengumpulan data di mana untuk promosi minat media *online* lebih besar dari pada media *offline*. Yang di terapkan pada media-media terdapat *tagline* yang membatu calon konsumen untuk mengingat produk dan kontak-kontak sangat penting untuk membantu calon pembeli untuk menghubungi dan memesan produk. Penulis berharap media promosi ini bisa berguna dan bisa di pakai untuk bisa mengenalkan camilan ulat sutra dan Khakumsa untuk ke depan nya bisa lebih baik dan di kenal.

5.2 Saran

Perancangan media promosi merupakan perancangan yang dilakukan oleh penulis untuk tugas akhir ini. Hal yang dipelajari penulis dalam proses perancangan ini, penulis belajar lebih tentang cara bagaimana promosi dari pihak penjual dan pembeli. Diperlukan sebuah riset untuk mengenal lebih target pasar dan lainnya agar perancangan promosi ini dapat tersampaikan. Saran yang dapat diberikan penulis untuk pembaca, atur waktu sebaik mungkin supaya hasil yang diberikan dapat lebih baik, karena dalam proses perancangan dari riset sampai penerapan strategi perancangan membutuhkan waktu yang banyak.

