

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Melalui hasil wawancara didapatkan informasi bahwa katering Dapoer Mak Uji sudah berdiri sejak tahun 2009 hingga saat ini dengan menggunakan nama Katering Tangerang. Pada saat ini nama *brand* Dapoer Mak Uji sedang dalam proses dan akan digunakan sebagai nama baru menggantikan Katering Tangerang yang sudah digunakan selama 14 tahun. Pergantian nama yang dilakukan tentu saja dapat memunculkan potensi kehilangan konsumen tetap dan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap nama *brand* baru karena nama yang asing di telinga masyarakat. Oleh sebab itu pergantian nama harus disertai dengan kampanye *brand* untuk mengampanyekan nama *brand* baru sekaligus memperkenalkan kepada masyarakat dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap *brand*.

Perancangan kampanye *brand* ini menggunakan metode menurut teori Robin Landa (2010) yang terdiri dari 6 tahap yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Proses perancangan kampanye juga dilengkapi dengan model komunikasi AISAS menurut Sugiyama & Andree (2011) yang berperan dalam perencanaan dan perancangan media kampanye yang akan digunakan. Kampanye dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan nama baru sekaligus menjaga dan memunculkan kembali kepercayaan konsumen terhadap kualitas dari katering Dapoer Mak Uji sehingga pesan dan visual kampanye ditekankan kepada ciri khas dari katering yang tidak berubah meskipun mengalami perubahan nama *brand* sekaligus menarik konsumen potensial untuk melakukan pemesanan layanan katering saat sedang membutuhkan atau mencari layanan katering yang dapat dipercaya.

Dalam menyampaikan pesan kampanye, penulis menggunakan media utama website agar pesan dapat tersampaikan dengan baik karena berdasarkan hasil yang

didapatkan dari kuesioner adalah mayoritas target kampanye mencari informasi dan melakukan pemesanan layanan katering melalui website. Selain menggunakan website sebagai media utama, penulis juga menggunakan media sekunder berupa media cetak dan media *digital* sebagai pendukung media utama agar penyampaian pesan dapat dilakukan dengan lebih efektif. Seluruh proses perancangan kampanye katering Dapoer Mak Uji didukung oleh data dari riset yang dapat membantu dalam penyusunan strategi dan taktik penyampaian pesan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

## 5.2 Saran

Setelah penulis melalui berbagai proses dalam perancangan kampanye *brand* Dapoer Mak Uji, penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipertimbangkan dan diperhatikan oleh pembaca maupun calon peneliti yang ingin mengembangkan ataupun memilih topik yang serupa sebagai berikut.

- 1) Mengatur waktu yang dimiliki sebaik mungkin agar proses proses dari awal perancangan hingga akhir dapat menghasilkan karya yang maksimal dengan kurun waktu pengerjaan yang cukup singkat agar karya dapat dikumpulkan tepat pada waktunya.
- 2) Perancangan kampanye *brand* Dapoer Mak Uji ini dapat dikembangkan dengan lebih baik dari segi visual maupun taktik pesan dengan kata-kata dan gaya visual yang secara efektif dapat menyampaikan pesan yang dimaksud dengan lebih baik.
- 3) Mengikuti langkah-langkah pada metode perancangan yang dikemukakan oleh ahli untuk mendapatkan hasil yang sesuai serta memudahkan dalam proses perancangan dengan data-data yang dikumpulkan.

Selain itu, penulis juga mendapatkan saran dari dosen penguji dan ketua sidang mengenai kelengkapan laporan, teknik pengumpulan data, serta visual. Berkaitan dengan hal tersebut, dewan sidang menyarankan penulis untuk melakukan *interview* dengan lebih mendalam kepada bapak Arianto selaku pemilik dan juga melakukan *interview* kepada pelanggan katering untuk

mendapatkan data yang relevan dan dapat dimanfaatkan dalam proses perancangan sehingga hasil perancangan dapat sesuai dengan target kampanye. Dewan sidang juga menyarankan kepada penulis untuk melakukan *interview* kepada ahli UI/UX dalam perancangan website sebagai media utama agar perancangan website dapat sesuai dengan kaidah perancangan website dan menjadi ilmu tambahan bagi penulis mengingat penulis tidak mendalami pembelajaran mengenai website.

Selain mengenai pengumpulan data, penulis juga mendapatkan saran pada proses perancangan. Dewan sidang menyarankan penulis untuk melakukan dokumentasi terhadap proses perancangan terutama proses pengambilan foto untuk membuktikan bahwa foto yang diambil merupakan hasil pengambilan foto pribadi. Penulis juga disarankan untuk memikirkan dengan seksama pemilihan penggunaan warna terhadap desain agar warna yang digunakan dapat memiliki arti yang lebih relevan dengan produk dan merk yang dirancang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA