

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Yellow Kongs merupakan *brand* yang masih baru dibandingkan dengan para kompetitornya, pada bagian promosi yang pernah dilakukan, Yellow Kongs hanya masih menggunakan sebatas dari penjualan dan melakukan promo, diskon dan potongan harga yang dimana hanya diberikan kepada konsumen yang pernah membeli di Yellow Kongs saja. Beberapa rancangan promosi yang dilakukan penulis dirancang sedemikian rupa agar dapat menyesuaikan dan membuat gaya promosi baru dibandingkan dengan para kompetitor yang menggunakan pembeda untuk penyampaian pesan yang dimana menggunakan ilustrasi sebagai sebagai visual untuk penyampaian pesan pada perancangan promosi, agar dapat menyesuaikan dengan *brand image* Yellow Kongs yang memiliki *logo* ilustratif. Yang memiliki *personality*, *fun* dan antusias. Produk digambarkan melalui penyampaian ilustrasi untuk memberi kesan efektif pada target audiens. Untuk mengundang konsumen potensial dan meningkatkan target omset yang diinginkan, maka Yellow Kongs perlu beradaptasi dengan para kompetitor yang telah terlebih dahulu melakukan promosi pada penjualannya. Dilakukannya promosi, dengan harapan untuk dapat meningkatkan *awareness* terhadap merek Yellow Kongs terutama untuk konsumen potensial baru.

Pada prosesnya, penulis mengacu pada metode perancangan yang disusun oleh Landa (2010), yakni *overview*, *strategy*, *idea*, *design*, *production*, dan *implementation*. Pada metode perancangan, hal ini merupakan bagian penting untuk membantu merancang dalam menyusun perencanaan yang baik.

5.2 Saran

Setelah menyusun rancangan Yellow Kongs, penulis menyadari bahwa pengumpulan data merupakan proses yang penting, terutama dalam membandingkan produk dengan kompetitor, yang dimana diperlukannya observasi yang relevan, untuk mempertajam informasi apa saja yang masih kurang pada *brand* terkait dan dapat melihat kelebihan apa saja yang dimiliki oleh *brand*. Dalam merancang, kompetitor merupakan titik tiru suatu perancangan, yang dimana menjadi acuan suksesnya suatu produk. Penulis menyarankan untuk dapat amati, tiru dan kembangkan dari kegiatan yang sudah ada, terutama dapat dilihat dan menjadikan kompetitor sebagai acuan. Dalam menyusun dan merancang, penulis juga menyarankan akan ada baiknya jika dapat menjaga kesehatan fisik dan mental, menguasai pemahaman terhadap kasus terkait dan manajemen waktu merupakan salah satu faktor utama.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA