

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

*Brand* Ikauki adalah sebuah *brand bakery* yang menjual produk kue seperti kue bolu, brownis, ulang tahun dan kue kering, *brand* ini sudah berdiri sejak 2016 yang berlokasi di Kota Tangerang. Awalnya bisnis ini hanya bersekala rumahan yang belum memiliki *branding* namun pada tahun 2022 *brand* ini melakukan *branding* baru. Karena hal ini penulis merancang kampanye promosi untuk meningkatkan awareness *brand* Ikauki. Target dari perancangan ini adalah para pekerja muda rentang usia 20-28 tahun. Tema yang diangkat pada kampanye ini mengenai pekerja muda rentan mengalami stres karena tuntutan pekerjaan. Dalam merancang kampanye promosi ini, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan. Berdasarkan analisis dan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan beberapa poin kunci.

Pertama, penentuan tujuan dimana kampanye promosi harus memiliki tujuan yang jelas dan terukur. Tujuan ini dapat meliputi peningkatan kesadaran merek, peningkatan penjualan, atau peningkatan loyalitas pelanggan. Lalu, Identifikasi target *audiens* penting untuk memahami siapa target *audiens* dari *brand* yang akan dipromosikan. Dengan mengetahui karakteristik dan preferensi mereka, kampanye dapat dirancang dengan cara yang sesuai dan efektif. Berikutnya, penentuan pesan utama. Pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye harus jelas, relevan, dan menarik bagi target *audiens*. Pesan tersebut harus mampu menggambarkan nilai-nilai dan keunikan *brand* secara komprehensif. Selanjutnya, memilih saluran promosi yang tepat: Terdapat berbagai saluran promosi yang dapat digunakan, seperti iklan televisi, media sosial, pemasaran influencer, atau promosi melalui acara khusus. Pemilihan saluran harus didasarkan pada karakteristik target *audiens* dan tujuan kampanye. Terakhir, pengukuran atau evaluasi kampanye promosi yang diluncurkan. Penting untuk mengukur dan mengevaluasi hasilnya. Hal ini akan

membantu dalam menentukan efektivitas kampanye dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Dalam kesimpulannya, merancang kampanye promosi untuk *brand* makanan Ikauki membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang tujuan, target *audiens*, pesan, saluran promosi, dan pengukuran hasil. Dengan mengikuti pendekatan yang sistematis dan mempertimbangkan faktor-faktor ini, diharapkan kampanye promosi dapat mencapai hasil yang optimal dan mendukung kesuksesan *brand* yang dipromosikan..

## 5.2 Saran

Pada perancangan tugas akhir yang berjudul perancangan kampanye promosi untuk *brand* makanan *bakery* Ikauki, penulis memberikan saran kepada pembaca yang akan mengembangkan atau mengambil topik serupa untuk perancangan kedepannya sebagai berikut:

- a) Perdalam riset mengenai topik yang diangkat, data adalah senjata utama dalam setiap perancangan karya ataupun jurnal. Data menjadi landasan seorang perancang dalam menentukan rancangannya. Semakin lengkap dan mendalam data yang dimiliki maka akan memudahkan dalam pengerjaan karya tulis ataupun karya lainnya.
- b) Perhatikan *timeline* dan ketentuan tugas akhir. Waktu menjadi sangat kerusial pada tugas akhir atau skripsi. Waktu yang kita miliki sangatlah sedikit namun data dan karya yang perlu dikerjakan sangatlah banyak. Buatlah progress kerja setiap harinya. Jangan lihat waktu pengumpulan pada hari H-nya, tapi bagi waktu tersebut untuk pengumpulan data, pengerjaan karya dan pembuatan tulisan. Paling penting adalah jangan berleha-leha karena masa depan tidak ada yang tahu.