

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak pegunungan yang sekarang banyak orang ingin melakukan aktifitas olah raga dengan cara mendaki gunung, mendaki gunung bukan hanya untuk olah raga tetapi juga sebagai rekreasi, untuk mencari pengalaman yang baru bagi pemuda atau orang yang sudah tua, oleh karena itu diperlukannya peralatan mendaki yang bisa membantu pendaki naik ke atas gunung agar menjadi lebih mudah dan menyenangkan tanpa menyakiti diri sendiri atau orang lain, salah satunya adalah menggunakan sepatu gunung, yang bisa menjaga kaki dan mencegah semua masalah yang mungkin bisa menyakiti kaki, sepatu gunung memiliki tiga tipe yaitu *lowcut*, *middle cut* dan *highcut*. Semua sepatu yang tersedia memiliki keunggulannya tersendiri, salah satu *brand* yang menyediakan alat mendaki adalah Wigote.

Wigote adalah *brand* lokal yang menyediakan banyak alat keperluan aktifitas di luar yang salah satunya adalah sepatu gunung, sandal gunung, tas gunung, hammock, jas hujan, matras dan sebagainya, tetapi sayangnya Wigote sebagai *brand* kurang menggunakan media promosi yang baik dan benar untuk mempromosikan produknya, mereka tidak memiliki sosial media yang dominan dan tidak memiliki desain promosi yang efektif, karena mereka tidak membuat media promosi yang berkualitas. Wigote tidak konsisten dalam membuat desain dan juga waktu *postin* media saat di seosial media, mereka hanya menggunakan Instagram sebagai media promosi yang dimana tidak terlalu terurus yang bisa menyebabkan kekurangannya calon pelanggan dan mungkin bisa mengakibatkan kebangkrutan.

Wigote bisa menggunakan strategi promosi PESO, PESO adalah *Paid*, *Earned*, *Shared*, dan *Owned ads*, strategi promosi ini bisa sangat efektif karena Wigote berbasis online yang bisa menyebarkan promosi media mereka secara

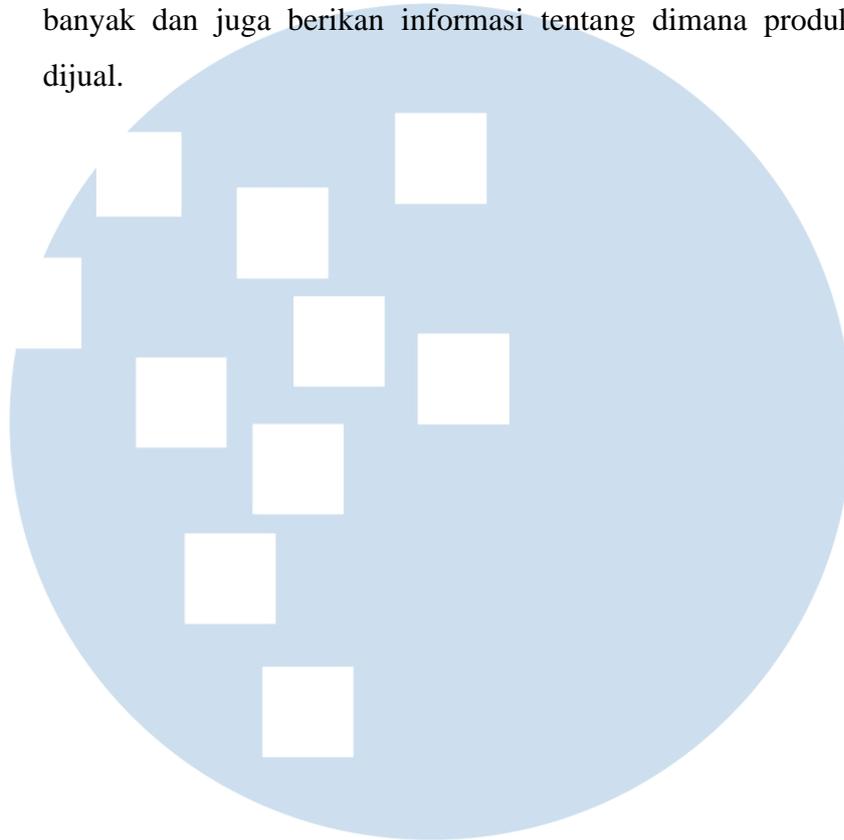
*online* melalui sosial media dan sebagainya. Wigote bisa membuat *paid ads* yang dipasang di Instagram dengan desain yang berkualitas dan juga konsisten dari waktu *posting* dan tipe desain, Wigote juga bisa menggunakan *transportation ads* yang bisa membantu Wigote mendapatkan exposure di area transportasi seperti dalam transjakarta atau di area halte bus, serta menggunakan media *backlight ads* yang bisa dipasang di pinggir jalan untuk memperlihatkan produk Wigote dan juga apa saja teknologi mereka dari setiap produknya, Wigote bisa memasarkan produk dengan *posting* di Instagram *feeds* untuk followers dan juga memberikan *template* Instagram untuk target audiens *post* di *story* mereka dengan mempromosikan Wigote secara *shared ads* dan juga bisa membuat website yang bisa digunakan calon pelanggan untuk mencari produk dan juga memesan produk Wigote

## 5.2 Saran

Saran penulis kepada mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas akhir dan merancang promosi, adalah untuk mencari tahu apakah topik yang dipilih bisa dikuasai dan sesuai dengan skill yang rekan akan pilih. Semoga semua rekan yang akan menempuh tugas akhir bisa mengerjakan semua tugas dengan baik dan penulis ingin tugas akhir tersebut bisa menjadi tempat untuk menambah wawasan bagi rekan kerja. Penulis juga ingin menambahkan beberapa saran dalam mengerjakan laporan tugas akhir, seperti:

1. Saat memasukan produk ke dalam media, disarankan untuk memasuki semua produk untuk promosi yang akan di sebarakan.
2. Promosi difokuskan dalam memasang kelebihan produk dalam media
3. Saat menentukan budgeting, disarankan untuk sesuai dengan kesanggupan brand.
4. Jenis media yang dibuat sebagai promosi disarankan memiliki variasi yang banyak.
5. Saat menentukan target audiens, bisa difokuskan kepada beberapa grup spesifik agar dapat mendapatkan data yang tertata dan tidak terlalu luas.
6. Carilah topik yang sesuai dengan skill rekan karena bisa membantu rekan mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang lebih faktual dan tepat.

7. Media promosi disarankan untuk diisi dengan informasi produk yang banyak dan juga berikan informasi tentang dimana produk tersebut dijual.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA