

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Audio mobil Performa mengalami penjualan yang belum maksimal karena kurangnya *brand awareness* dan penggunaan media promosi yang kurang efektif. Oleh karena itu, penulis membuat sebuah solusi terhadap permasalahan itu, yaitu perancangan media promosi produk audio mobil Performa untuk PT Fokus Inti Audiotama. Media promosi yang dirancang akan menerapkan 3 *keywords*, yaitu *effective*, *modern*, dan *eye-catching*. *Effective* dalam penggunaan jenis media promosi dimana bisa menjangkau luas *target audiences* dan meningkatkan *brand awareness* Performa. *Modern* dalam perancangan dan penggunaan jenis media promosi agar bisa menarik perhatian dan menyesuaikan *target audiences* zaman sekarang. *Eye-catching* dalam perancangan agar *target audiences* melirik terhadap konten dari Performa dan meningkatkan *brand awareness* Performa.

Dari hasil *beta test* dan analisis perancangan, perancangan penulis sudah menerapkan ketiga *keywords* tersebut dan bisa membantu menghadapi masalah yang dialami Performa.

5.2 Saran

Selama melaksanakan Tugas Akhir, penulis memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan.

1. Lebih baik ditambahkan media promosi *offline* agar ada aktivitas dari *target audiences*, jangan hanya media promosi *online*.
2. Banyak mencari dan mempelajari informasi seputar audio mobil.
3. Sering mendengarkan hasil-hasil suara setelah audio mobil dimodifikasi.
4. Mencari tahu konten promosi yang sangat disukai dan dibutuhkan dari *target audiences*.
5. *Target audiences* dari audio mobil itu bersifat *segmented* karena merupakan produk hobi.