

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penulis memulai perancangan diawali dengan riset yaitu mengumpulkan data melalui metode kualitatif dan kuantitatif serta mempelajari tinjauan Pustaka terkait. Berdasarkan dari riset tersebut, strategi promosi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action dan Share*) diterapkan untuk memperkenalkan produk ghee Sincere Foods untuk meningkatkan awareness target konsumen Sincere Foods. Promosi ini dilakukan dengan desain visual yang memanfaatkan teknik fotografi *eye level*, dan *high angle*, penggunaan produk dan model sebagai objek utama promosi, serta ilustrasi yang menarik dan menyesuaikan dengan target audiens untuk di media cetak dan media lainnya.

Dengan promosi yang terencana ini diharapkan produk Ghee dari Sincere Foods lebih dikenal luas di wilayah Tangerang dan Jakarta, tepatnya dengan target audiens spesifik yaitu perempuan usia 26 – 40 tahun. Dengan demikian, promosi ini dapat meningkatkan jumlah *costumer* dan pendapatan dari Sincere Foods secara signifikan dan lebih baik.

5.2 Saran

Melalui perancangan ini, penulis memberikan saran kepada mahasiswa yang ingin mengambil topik tugas yang serupa dengan perancangan ini serta kepada universitas yaitu:

1. Peneliti

Pertama yang harus dilakukan ialah melakukan riset pasar terlebih dahulu secara mendalam dengan melalui pengumpulan data kualitatif atau kuantitatif. Sudah harus menentukan siapa target yang akan dituju, tentukan target audiens dengan jelas dan matang dari segi demografis, geografis, psikografis serta, perilaku target audiens. Pelajari juga tren desain dan strategi desain promosi terkini sehingga dapat menarik audiens lebih banyak lagi

dikarenakan tentu orang – orang suka dengan suatu hal baru. Manfaatkan dan maksimalkan elemen – elemen visual yang dapat digunakan seperti fotografi, penggambaran ilustrasi, tipografi, dan pemilihan warna. Pendekatan media dapat dipertimbangkan dengan baik, dapat difokuskan pada keunikan, nilai tambah sehingga akan menonjol pada pasar yang kompetitif, Menyusun anggaran secara realistis untuk membuat berbagai pendekatan promosi, evaluasi secara berkala dan optimalkan strategi promosi dengan menganalisis data terkait. Lalu kombinasikan kreativitas dengan pemahaman target audiens untuk menciptakan perancangan strategi promosi yang baik.

2. Universitas

Universitas menjadi wadah tempat mahasiswa dan mahasiswi dalam berproses menuju keberhasilan dalam masa perkuliahannya, memberikan kelas seminar tentu sudah sangat membantu untuk memberikan gambaran mengenai keseharusan yang dilakukan dalam melakukan perancangan tugas akhir, baik secara kesiapan laporan atau kesiapan diri. Memaksimalkan proses pembelajaran dalam kelas seminar, dan fasilitas kampus seperti kelengkapan buku dalam perpustakaan untuk membantu mahasiswa dalam mencari data sehingga dapat mencapai suatu keberhasilan yang maksimal.