



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Shereen Cakes & Bread merupakan toko roti yang mempunyai nilai potensial baik dari produk maupun pelayanan untuk berkembang, akan tetapi Shereen Cakes & Bread belum mampu memaksimalkan pendapatannya. Kurangnya media promosi merupakan salah satu faktor yang menyebabkan Shereen Cakes & Bread kurang dikenal oleh masyarakat luas. Shereen Cakes & Bread ingin memperkenalkan produk yang dimilikinya lebih luas dan lebih dikenal oleh masyarakat guna memaksimalkan pendapatan. Salah satu produk yang diunggulkan oleh Shereen Cakes & Bread adalah berupa layanan *Snackbox* yang dapat direkomendasikan sesuai dengan waktu dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu penulis membuat strategi promosi berupa Advertising untuk mengkomunikasikan produk yang dimilikinya kepada masyarakat luas.

Promosi difokuskan pada layanan *snackbox* yang dapat direkomendasikan sesuai dengan waktu dan kebutuhan pelanggan yaitu *snackbox* untuk pagi, siang dan malam dengan slogan yang berbeda untuk membedakan kebutuhan dari masing-masing *snackbox*. Teknik visualisasi menggunakan olahan foto yang dipadukan dengan elemen visual lainnya seperti tekstur, warna, dan tipografi yang sesuai. Media promosi utama yang digunakan berupa poster, kartu nama, brosur dan *website*, yang didukung dengan media lainnya berupa *x banner*, iklan majalah, voucher, *web banner* dan *cutting sticker*.

7.1. Saran

Penulis menyadari bahwa perancangan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, maka penulis sangat menghargai adanya kritik dan saran yang membangun dari pihak lain untuk menyempurnakan laporan ini.

Dalam proses perancangan media promosi sebaiknya penulis mengetahui latar belakang mengapa perusahaan itu membutuhkan sebuah media promosi. Hal ini dapat diketahui melalui beberapa metode pengumpulan data berupa observasi langsung ke lapangan atau wawancara. Data yang telah dikumpulkan oleh penulis akan menjadi dasar untuk membuat media promosi yang sesuai dengan permasalahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dimulai dengan mengetahui roti jenis apa saja yang terdapat pada layanan *snackbox* tersebut yang dapat diangkat menjadi kelebihan dari produk tersebut dan membuat slogan yang tepat untuk membedakan setiap kebutuhan *snackbox*. Kemudian menentukan strategi promosi, strategi visual, dan strategi media yang akan digunakan untuk mempromosikan layanan *snackbox* tersebut.

UMMN