

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari Perancangan Media Promosi untuk Merek Bakmi Ko Ahan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* meliputi penyelesaian rumusan masalah yang sudah diberkan di dalam bab pertama. Promosi ini dilakukan untuk mengajak para target audiens untuk *aware* mengenai *dine-in store* Bakmi Ko Ahan dan *aware* mengenai produk yang Bakmi Ko Ahan jual. Media yang penulis gunakan dalam perancangan ini adalah instagram feeds. Media ini dipilih agar dapat mudah untuk di akses oleh pekerja aktif yang berusia 22-30 tahun. Mayoritas dari masyarakat senang menggunakan instagram, oleh karena itu media tersebut cocok untuk menyampaikan pesan secara jangkauan luas dan efektif untuk menyampaikan pesan.

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan tahapan proses perancangan dari Robin Landa yaitu terdiri *dari overview, strategy, ideas, design, production dan implementation*. Proses perancangan ini menghasilkan perancangan promosi yang dapat di implementasikan dan di produksi oleh merek Bakmi Ko Ahan secara langsung. Selain itu penulis juga menggunakan pendekatan model AISAS. Metode ini juga membantu penulis dalam merancang media yang disesuaikan dengan perilaku dari target ketika menerima dan memproses suatu pesan atau iklan. Big idea yang penulis gunakan dalam perancangan ini adalah memorable, noodle, legend dan berdasarkan ketiga kata kunci tersebut, penulis menetapkan big idea dalam perancangan ini yaitu “noodle that keeps the memories in every slurp”. Media dari perancangan ini terdiri dari media utama yaitu instagram feeds, dan media sekunder yang mendukung perancangan ini sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

Setelah merancang media promosi, penulis juga melakukan pengujian atau evaluasi market validasi untuk mendapatkan *feedback* dari target audiens yang dituju. Terdapat masukan dan perbaikan yang penulis lakukan selama proses ini.

namun revisi yang dilakukan hanya sedikit karena rata-rata target audiens menyukai perancangan tersebut dan merasa tertarik dalam mengetahui mengenai Bakmi Ko Ahan dan tertarik untuk pergi ke dine-in store tersebut.

5.2 Saran

Dalam perancangan promosi untuk merek Bakmi Ko Ahan, penulis telah melewati semua perancangan dan proses panjang yang telah dilakukan dalam perancangan ini, maka penulis menemukan beberapa kekurangan dan masukan yang masih dapat dikembangkan. Ketua sidang menyarankan untuk menggunakan buku *Advertising By Design* dari Robin Landa yang terbaru ditahun 2021 dengan metode pertama yaitu “*Research*”. Selain itu penulis mendapatkan saran dari ketua sidang dan penguji mengenai wawancara kepada pelanggan untuk mendapatkan data USP dan data pendukung untuk memperkuat alasan dibuatnya perancangan promosi tersebut. Dan terakhir penulis mendapatkan masukan mengenai penggunaan warna yang harus memperhatikan lebih detail mengenai asosiasi warna dan *brand recall*, perancangan perlu dibuat lebih khas untuk membantu konsumen dalam mengingat merek saat melihat warna atau aset yang digunakan.

Dalam upaya memperbaiki dan menyempurnakan perancangan ini, penulis memberikan saran untuk pihak peneliti dan juga pihak universitas.

1. Dosen/Peneliti

Pada perancangan media promosi untuk merek dengan pendekatan Robin Landa dengan menggunakan buku *Advertising By Design*, Peneliti dapat menggunakan buku terbaru dari Robin Landa dnegan tahun 2021, selain itu peneliti selanjutnya yang akan merancang promosi untuk suatu brand juga perlu untuk mewawancarai pelanggan lama dari brand tersebut agar dapat mendapatkan USP dalam mendukung perancangan. Selanjutnya perancang penelitian selanjutnya perlu untuk melihat dan mempelajari banyak referensi mengenai copywriting dan promosional yang sesuai dengan pendekatan AISAS. Hal ini bertujuan agar media, konten dan alur dari perancangan dapat di susun dengan perencanaan yang matang dan memiliki argumentasi yang kuat. Selain itu terbuka untuk berbagai masukan, karena masukan dapat membantu penulis dalam melihat kekurangan dari perancangan yang telah

dibuat dan dengan adanya masukan, penulis akan mendapatkan sudut pandang yang baru dalam menyempurnakan penulisan dan perancangan.

2. Universitas

Saran penulis untuk universitas adalah untuk memperpanjang waktu deadline dalam pengumpulan data sebelum pra-sidang hal ini dikarenakan data yang ingin dicapai perlu memerlukan waktu dan janji dengan narasumber sehingga dengan adanya perpanjangan waktu sebelum pra-sidang maka mahasiswa akan dapat lebih lengkap dalam mengumpulkan data.

