



## 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

Dalam meningkatkan *awareness* sebuah merek, sebuah komunikasi dan media promosi menjadi sangat penting dan efektif, terutama pada produk jus buah yang memiliki segmen dan jenis yang berbeda-beda. Pada merek jus buah Mama Roz, media promosi sangat berguna untuk memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya.

Mama Roz sebagai sebuah merek jus buah premium, belum secara maksimal menggunakan media promosi untuk meningkatkan *awareness* mereknya. Minimnya eksistensi merek Mama Roz di pasar produk-produk jus buah di Indonesia, mengharuskannya untuk melakukan sebuah promosi untuk menarik calon konsumen yang mempunyai target dan segmen pasar yang dituju Mama Roz.

Penulis melakukan beberapa cara untuk mengumpulkan data, seperti wawancara, kuisioner, dan observasi untuk mendapatkan data yang dapat dipergunakan untuk merancang media promosi yang ada. Setelahnya, penulis melakukan proses *mindmapping* dan *brainstorming* agar dapat menemukan ide-ide yang dapat menguatkan karakter merek Mama Roz sesuai dengan pasar yang dituju. Keseluruhan proses ini bertujuan agar hasil perancangan yang dibuat dapat secara efektif menarik calon konsumen Mama Roz, sebagai merek jus buah premium yang menargetkan kalangan masyarakat perkotaan dengan kelas menengah ke atas dan atas.

#### 5.2. Saran

Dalam merancang sebuah komunikasi pemasaran yang terpadu, penulis menyarankan untuk melakukan pengumpulan data yang lebih menyeluruh mengenai produk atau jasa tersebut. Hal ini dilakukan agar perancangan yang akan dibuat memang nantinya dapat menjawab permasalahan yang timbul dari data-data yang diperoleh. Sehingga nantinya, perancangan ini dapat menjadi solusi yang dapat secara efektif membantu peningkatan dari produk atau jasa tersebut.

Saat melakukan proses perancangan, penulis juga memiliki saran untuk terus berkaca kepada data-data dan hasil riset yang telah diperoleh sebelumnya untuk menentukan pesan yang ingin dikomunikasikan. Untuk proses perancangan visual, penulis menyarankan agar mahasiswa memakai teori-teori sebagai sumber atau panduan mendesain, dengan itu mahasiswa dapat menggunakan tipe visual, jenis-jenis media, dan komunikasi yang tepat untuk perancangannya, sehingga hasil akhir desain dapat sesuai dengan target yang memang ingin dituju oleh produk atau jasa tersebut.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA