



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

Penjualan Your Tea dalam beberapa tahun terakhir yang cenderung tidak stabil dan mengalami penurunan disebabkan oleh beragam faktor, terlebih karena banyaknya ancaman dari para kompetitor yang berada pada bisnis serupa sedangkan promosi yang dilakukan oleh Your Tea sendiri masih sangat minim. Akibatnya, tingkat kesadaran masyarakat akan keberadaan produk Your Tea sangat rendah sehingga eksistensi Your Tea semakin terancam khususnya pada wilayah Rangkasbitung yang menjadi fokus dari perancangan ini. Oleh karena itu, penulis merasa Your Tea membutuhkan adanya promosi yang tepat karena agar dapat menjalankan visi dan misinya.

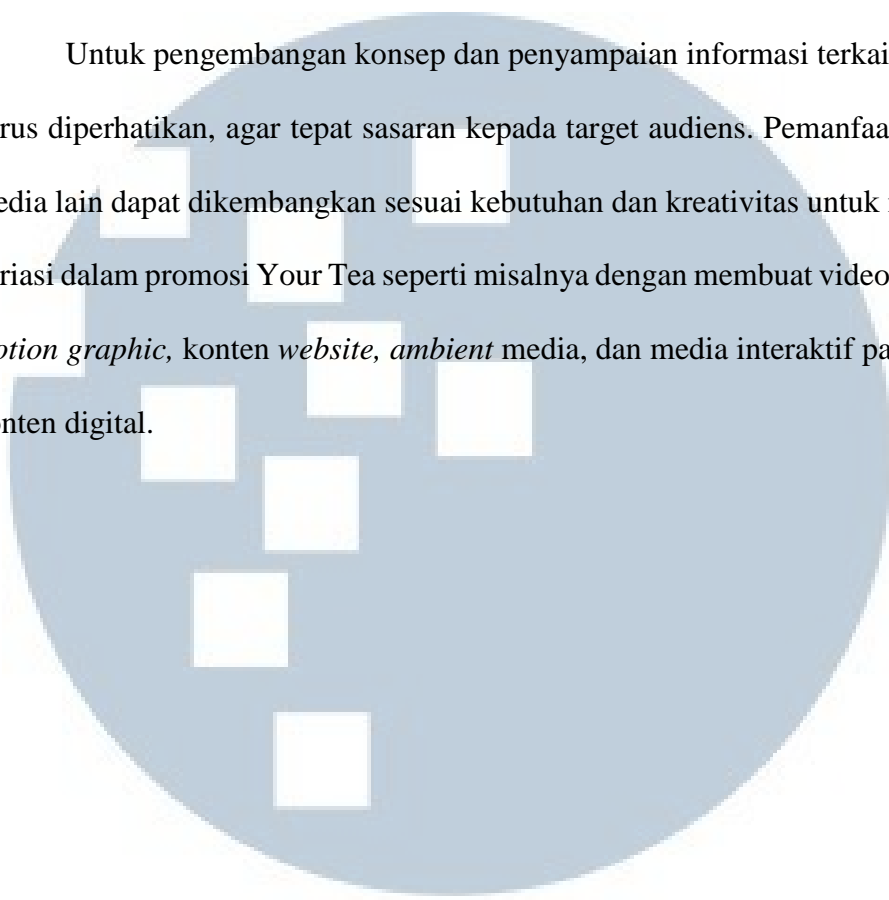
Dalam perancangan promosi Your Tea, banyak proses dan tahapan yang dilakukan agar tujuan dari perancangan ini dapat tercapai. Pengumpulan data-data melalui observasi, wawancara, *focus group discussion*, penyebaran kuesioner, hingga studi pustaka dilakukan terlebih dahulu untuk memahami lebih dalam mengenai Your Tea dan target audiensnya. Selanjutnya, *mindmapping* dilakukan untuk menemukan *keywords* dan *big idea* dari perancangan disertai pesan yang ingin disampaikan. Kemudian dilanjutkan dengan *brainstorming* untuk ide dan visual hingga akhirnya selaras dengan keseluruhan konsep perancangan.

Pesan yang ingin disampaikan adalah mengajak target audiens untuk menikmati Your Tea bersama-sama dalam setiap momen tanpa ada rasa gengsi. Strategi visual promosi perancangan ini memanfaatkan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk menjangkau target audiens. Visual yang digunakan memanfaatkan teknik fotografi dan ilustrasi dengan *style vector*. Pemilihan *typeface* dan *layout* disesuaikan dengan konsep namun tetap dikomposisikan sehingga tingkat keterbacaan dan kenyamanan pembaca terjaga.

Hasil dari perancangan kemudian diterapkan pada media-media yang terpilih berdasarkan data serta kedekatannya dengan target audiens, yakni antara lain iklan koran, spanduk, iklan pada media sosial (Instagram, Facebook, *Website*), *banner*, *x-banner*, poster, flyer, *hanging triangle flag*, *voucher*, buku stamp card, dan *merchandise*. Diharapkan dengan adanya perancangan promosi ini maka dapat mempertahankan eksistensi Your Tea agar mampu bersaing dengan kompetitornya serta semakin dikenal oleh masyarakat dan menjadi minuman teh siap saji pilihan utama.

5.2 Saran

Penelitian dan perancangan yang dilakukan oleh penulis mungkin masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, maka penulis ingin memberikan saran kepada peneliti berikutnya yang hendak mengembangkan tema mengenai Your Tea. Peneliti diharapkan dapat mengidentifikasi dan memperdalam pencarian data-data terkait Your Tea dan target audiensnya. Selain itu, dari segi kemasan atau *packaging* produk Your Tea dapat dikembangkan dan dieksplorasi sehingga menjadi lebih inovatif dan tidak sama seperti kompetitor lainnya.



Untuk pengembangan konsep dan penyampaian informasi terkait Your Tea harus diperhatikan, agar tepat sasaran kepada target audiens. Pemanfaatan media-media lain dapat dikembangkan sesuai kebutuhan dan kreativitas untuk menambah variasi dalam promosi Your Tea seperti misalnya dengan membuat video atau TVC, *motion graphic*, konten *website*, *ambient* media, dan media interaktif pada konten-konten digital.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA