



### **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

Pada tugas akhir ini penulis merancang promosi *Baker's Diary* yang bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh *Baker's Diary*. *Baker's Diary* adalah salah satu toko kue yang berdiri pada tahun 2012 dan menjual produk unggulannya yaitu *custom cupcakes*, dimana cupcakes *Baker's Diary* berbeda dengan toko kue *cupcakes* lainnya, yaitu *cupcakes Baker's Diary* memiliki *filling* atau isi di dalam kue *cupcakes* dan memiliki kualitas yang tinggi karena menggunakan bahan-bahan *premium import*, dan tidak menggunakan *artificial product*. Namun sangat disayangkan karena *Baker's Diary* tidak mengalami peningkatan dalam penjualannya dikarenakan promosi yang dilakukan sangat minim dan tidak ada strategi dalam penjualannya. Sehingga masyarakat tidak *aware* terhadap *Baker's Diary*. Oleh karena itu penulis memilih *Baker's Diary* sebagai topik dalam membuat tugas akhir.

Dalam perancangan promosi *Baker's Diary* ini, media utama yang digunakan adalah *flyer*, *Mini Billboard*, dan *social media*. Untuk media pendukung menggunakan poster, brosur, katalog, umbul-umbul, *x-banner*, merchandise, dan *website*. Media-media tersebut mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada target konsumen sehingga dapat lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat luas. Media promosi ini diharapkan dapat menjadikan *Baker's Diary* sebagai toko kue pilihan masyarakat dan meningkatkan penjualan *Baker's Diary*. Dalam perancangan promosi *Baker's Diary* penulis melakukan beberapa proses

sebelum memasuki proses perancangan, yaitu penulis melakukan observasi, wawancara dan membagikan kuesioner *online*. Proses selanjutnya penulis membuat *mind mapping* untuk menemukan *keyword* dan *big idea* setelah itu dilanjutkan dengan membuat *brainstorming* untuk mencari ide dan visual. Setelah mendapatkan konsep, visual, dan elemen-elemen lainnya, Visual yang dipakai oleh penulis adalah menggunakan teknik fotografi dan membuat supergrafis dan menambahkan elemen-elemen yang sesuai. Penulis membuat sketsa manual dan diterangkan ke sketsa digital. Pesan pada tagline dan foto yang ingin disampaikan melalui promosi yang telah dibuat adalah agar mengajak *audience* untuk menyantap *cupcakes* dan menjadikan momen-momen tersebut menjadi kenangan yang berharga dengan orang-orang yang disayangi. Targetnya adalah remaja akhir sampai dewasa muda sehingga penulis mencari model yang memiliki umur yang sesuai dengan target yang diinginkan. Dalam visual juga foto *cupcakes* diperjelas bahwa *cupcakes Baker's Diary* memiliki *filling* di dalamnya.

Setelah melakukan beberapa proses perancangan, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan perancangan promosi *Baker's Diary*. Penulis berharap bahwa perancangan promosi ini dapat membantu dan berdampak baik bagi peningkatan penjualan *Baker's Diary* dan dapat dikenal oleh masyarakat yang belum mengetahui *Baker's Diary* dan diingat oleh masyarakat luas sebagai toko kue pilihan masyarakat.

## 5.2 Saran

Penulis menyarankan agar *Baker's Diary* dapat berusaha dalam mengembangkan toko kue nya karena melihat banyaknya pesaing yang sejenis dan melihat keunggulan yang dimiliki *Baker's Diary* yang berbeda dari toko kue *cupcakes* lainnya. Kiranya *Baker's Diary* dapat menarik konsumen lebih banyak lagi agar bisa mengembangkan toko kue nya tidak hanya memiliki outlet saja tapi bisa berkembang menjadi toko kue yang besar nantinya. Penulis membuat media promosi sebagai penunjang saja tapi keberhasilan media promosi ini harus dilakukan oleh *Baker's Diary* dalam menjaga kepercayaan para target konsumen terhadap produk dan perusahaannya.

Penulis ingin memberikan saran kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan mengambil Tugas Akhir untuk mengembangkan tema yang sama yaitu mengenai *Baker's Diary*. Peneliti selanjutnya dapat melakukan perancangan website pada *Baker's Diary* atau membuat TVC yang bertujuan untuk memperkenalkan *Baker's Diary* kepada masyarakat luas dan mengajak para *audience* agar tertarik untuk mencoba dan membeli produk *Baker's Diary*. Hal-hal yang harus diperhatikan adalah informasi yang disampaikan kepada *audience* harus lengkap dan pesan-pesan yang disampaikan juga menarik. Sehingga dibutuhkan konsep yang baik dalam proses perancangan.

Penulis meminta maaf apabila masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini dan penulis berterimakasih kepada Universitas Multimedia Nusantara yang sudah menyediakan sarana bagi mahasiswanya.