

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang media promosi Diva *snack frozen food* sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan media promosi produk Diva ini adalah:

1. Gagasan perancangan media promosi produk Diva adalah untuk meningkatkan aware masyarakat terhadap produk Diva, sebab produk ini memiliki kelebihan dan keunikan yang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas.
2. Tema desain dalam perancangan ini adalah *Quick and Easy* yang memiliki makna bahwa produk Diva merupakan produk makanan ringan yang dalam hal penyajiannya cepat dan mudah sehingga dapat diandalkan saat rasa lapar melanda dimanapun dan kapanpun.
3. Implementasi perancangan mengacu pada promosi produk Diva khususnya di kota Surabaya, dimana hasil perancangan diharapkan mampu meningkatkan *aware* masyarakat terhadap produk sehingga berdampak sampai pada masyarakat membeli produk Diva.

4. Media Promosi yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah media yang umum digunakan oleh target konsumen seperti iklan internet, iklan majalah, iklan koran, dan *flyer*.
5. Media promosi dirancang sesuai dengan konsep desain, yaitu *Quick and Easy* atau cepat dan mudah. Menggunakan warna-warna yang sesuai dengan karakter objek dan juga sesuai dengan konsep. Pilihan warna jingga dan kuning digunakan untuk memberikan dan menggambarkan kesan konsep pada produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak UD Diva Jaya Sejahtera diharap berkonsentrasi melakukan kegiatan promosi yang beda daripada yang lain, sesuatu yang baru yang mampu dan memiliki daya tarik untuk masyarakat.