

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang program promosi PT AMERTA SARI TRANSPORT (AS TRANS) sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*, dari rumusan masalah perancangan yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan sementara sebelum pengujian dilakukan. Adapun kesimpulan sementara yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Gagasan perancangan media promosi AS TRANS adalah untuk member kesadaran merk yang baru duluncurkan kepada khalayak karena keberadaannya belum banyak diketahui masyarakat luas.
2. Tema desain dalam perancangan ini adalah Dinamis yang memiliki makna bahwa AS TRANS mengedepankan kebutuhan dan apa yang diharapkan masyarakat dinamis. masyarakat modern yang dinamis yaitu masyarakat yang mempunyai kebutuhan hidup yang serba efektif, efisien, cepat dan handal. Dinamis menguatkan konsep Cepat dan Memuaskan kepada pelanggan. Dimana audiens diberikan tampilan visual yang bergaya fantastis, masyarakat diajak berpikir imajinatif dengan komunikasi yang aktif dan agresif. visual promosi yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk konsep kreatif, strategi komunikasi dan strategi media.

3. Implementasi perancangan mengacu pada media promosi ASTrans, dimana hasil perancangan diharapkan mampu mengangkat kesadaran merk (Brand Awareness) yang keberadaannya belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, dan diharapkan mampu menimbulkan rasa tertarik dan antusias terhadap produk yang ditawarkan.

4. Media promosi yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah media yang umum digunakan oleh target konsumen kelas pengusaha muda 30 tahun keatas seperti koran, majalah, internet sosial media, brosur, radio, dan media pendukung stationary set seperti bussiness card dan neon box sign.

5. Media promosi dirancang sesuai dengan tema rumusan desain, yakni Dinamis. Menggunakan warna-warna yang sesuai dengan karakter objek dan sesuai konsep pula. Pilihan warna dominan Biru sebagai refleksi dari karakteristik AS Trans yang elegan, modern, professional, dan mandiri. Untuk mewakili konsep Dinamis dengan penataan desain yang mempunyai kesatuan menggambarkan pergerakan dan arah.

## 5.2 Saran

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

1. AS TRANS sebaiknya mulai berkonsentrasi pada promosi maupun kampanye bersifat besar menggunakan promosi ATL, sehingga promosi menjadi tidak tanggung
2. Konsistensi dalam penggantian konsep desain, tagline dan atribut lainnya sebaiknya diperhatikan untuk memudahkan merek ini tertanam di benak audiens. karena membentuk ingatan adalah lebih sulit dibanding membentuk pengenalan.

