

BAB V. KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Perancangan persuasi komersial promosi produk bayi Moysbaby melalui media poster menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran merek, membangun citra positif, dan mendorong interaksi yang positif dengan konsumen. Fokus pada integritas nilai-nilai merek dan kreativitas visual yang kuat terbukti menjadi strategi yang berhasil.

Hasil perancangan melibatkan berbagai media utama dan pendukung yang dirancang dengan cermat untuk mencapai tujuan promosi Moysbaby. Media utama terdiri dari poster cetak yang berfungsi sebagai *platform* utama untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik secara visual. Poster cetak ini tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai representasi estetika merek yang membangun identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali di pasar.

Selain media utama, media pendukung juga memainkan peran penting dalam memperluas eksposur merek Moysbaby. Media pendukung ini mencakup berbagai item seperti poster digital, feed Instagram, katalog Shopee, *Instastory Ads*, stiker, *tote bag*, *tumblr*, baju bayi, *hanging*, dot bayi, gendongan bayi, bantal karakter, pin, dan boneka. Setiap media pendukung dirancang untuk meningkatkan kesadaran merek di berbagai konteks konsumen sehari-hari, baik melalui *platform online* maupun *offline*. Media pendukung lainnya termasuk banner, brosur, dan spanduk yang dirancang untuk menarik perhatian dan memberikan informasi yang jelas tentang produk Moysbaby. Media pendukung ini membantu memperdalam hubungan dengan konsumen melalui pengalaman merek yang lebih terlibat dan berarti.

Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan kombinasi media utama dan pendukung secara sinergis, Moysbaby tidak hanya berhasil memperluas pangsa pasar mereka tetapi juga memperkuat hubungan dengan konsumen, menciptakan

pengalaman merek yang menyeluruh dan berdampak.

V.2. Saran

Saran dari penulis, setelah menyelesaikan perancangan ini adalah:

1. Bagi perusahaan, demi meraih kesuksesan dalam pemasaran dan perkembangan perusahaan ke arah yang lebih maju, owner atau pemilik harus membina terus sinergi hubungan baik dengan para karyawan untuk meningkatkan kinerja. Strategi promosi harus tetap dilaksanakan, baik melalui brosur, media sosial, banner, atau spanduk. Hal ini untuk lebih mengenalkan perusahaan dan produk-produknya. Kualitas produk yang berkualitas baik dan memiliki harga yang relatif lebih terjangkau menjadi strategi pemasaran dari perusahaan untuk menarik masyarakat supaya mau mencoba menggunakan produk Mosybaby dan menjadi pengguna setia. Hal ini karena produk Mosybaby selain bisa dipakai sendiri juga cocok untuk hadiah yang diberikan kepada orang lain.
2. Bagi pembaca dan masyarakat, kecenderungan masyarakat kita ketika membeli suatu produk, mereka menggunakan pertimbangan harga dan kualitas. Harga terjangkau dan kualitas yang baik. Sedangkan hukum di masyarakat biasanya ada harga ada kualitas. Jadi tidak menjadi suatu masalah jika kualitas baik biasanya harganya lebih tinggi. Perusahaan Mosybaby mungkin menjadi solusi, karena di perusahaan ini berkomitmen membuat barang dengan berkualitas baik dan memiliki harga yang relatif lebih terjangkau.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian tentang promosi yang menunjang perkembangan suatu perusahaan masih jarang, untuk itu penelitian-penelitian seperti ini sangat diperlukan untuk membantu sebuah perusahaan maju dan berkembang. Literatur dan bahan kajian sudah banyak yang bisa dijadikan referensi baik berupa buku, jurnal penelitian, website di internet dan lain-lain. Tinggal kemauan dan keinginan. Penelitian seperti ini sangat bermanfaat untuk membantu perusahaan yang baru dan bertekad untuk maju dan terus berkembang. Serta dalam penelitian ini peneliti hanya membagikan kuesioner untuk wilayah

Banjaran saja yang suburban. Jadi untuk peneliti selanjutnya atau untuk peneliti disarankan tidak terlalu fokus ke satu wilayah saja dalam memberikan kuesoiner.

4. Bagi penulis, sebagai penulis dalam penelitian ini saya sadar, bahwa hasil penelitian yang sudah disusun masih belum mencapai tingkat kesempurnaan. Ilustrasi yang masih kurang mendukung menjadikan desain promosi ini masih banyak kekurangannya. Diharapkan dengan adanya perancangan promosi ini dapat mewakili sebagian dari promosi yang dilakukan Moysbaby. Maka dari itu diharapkan perancangan ini dapat menjadi masukan untuk perancang lainnya yang akan melakukan promosi.