

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perancangan kampanye informasi mengenai kue tradisional khas Betawi ini diharapkan dapat mempopulerkan kembali kue tradisional yang di era sekarang ini telah semakin hilang dan tergusur oleh karena semakin banyaknya kuliner-kuliner modern yang muncul baik itu dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Diharapkan pula kampanye ini dapat membuat remaja atau generasi muda di zaman modern ini semakin mengenal kue-kue tradisional dan bangga akan kue tradisional tersebut.

Pendekatan kampanye informasi ini adalah dengan menggunakan teori AIDMA dan diterapkan dalam beberapa media, baik itu media cetak serta media sosial. Media-media yang digunakan dalam perancangan ini adalah sesuai dengan target sasaran yaitu remaja atau generasi muda, yaitu media sosial seperti instagram dan facebook. Selain itu, media yang digunakan adalah majalah dan beberapa media lainnya.

#### **5.2 Saran**

Saran dari penulis untuk perancangan kampanye selanjutnya adalah diharapkan perancangan kampanye tersebut dapat menggunakan media yang berbeda seperti media interaktif, menggunakan metode penelitian, dan pendekatan teori yang berbeda dari yang sebelumnya.

Saran dari dosen penguji mengenai perancangan kampanye ini adalah penulis harus tetap memikirkan efisiensi dari media-media yang digunakan. Media-media yang digunakan seharusnya tidak terlalu mahal karena nantinya akan berdampak pada *budgeting* media yang terlalu besar.