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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Kartu anggota menjadi salah satu *tools* CRM yang digunakan oleh The Bunker Café dalam upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, penjualan kartu anggota The Bunker Café periode kedua tidak mencapai target. Oleh karena itu, perancangan karya berupa media promosi ini dibuat untuk meningkatkan minat beli kartu anggota The Bunker Café.

Selama tiga bulan program perancangan karya, data diperoleh melalui wawancara dengan Stephen Setiawan selaku pemilik The Bunker Café sebagai narasumber utama, didukung oleh beberapa *staff*, serta observasi survei lokasi untuk melihat keadaan café. Konsep utama yang digunakan dalam menyusun perancangan karya ini adalah *integrated marketing communication* yang di dalamnya terdapat *marketing mix.* Karya ini berfokus pada kegiatan promosi, khususnya *advertising, interactive/internet marketing, sales promotion,* dan *personal selling* untuk meningkatkan penjualan kartu anggota The Bunker Café.

Media promosi yang dihasilkan dalam karya ini berupa *in-store* radio, media cetak seperti brosur, *flyer*, stiker tangga, serta pembuatan konten media sosial *Instagram* berupa *short video* dalam upaya memanfaatkan perkembangan

Perancangan Media Promosi..., Dian Putri, FIKOM UMN, 2018

internet yang sedang berkembang pesat dan sedang diminati oleh anak-anak muda.

5.2 Saran

Program *loyalty* kartu anggota sudah banyak diterapkan di berbagai tempat. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan pengguna internet yang semakin bertambah, banyak perusahaan mulai berinovasi untuk menampilkan kartu anggota yang lebih menarik, mudah, dan efisien untuk digunakan. Salah satunya adalah dengan penggunaan aplikasi, sehingga pemilik kartu anggota tidak perlu membawa kartu fisik kemanapun mereka pergi. Pemilik kartu bisa menggunakan kartu anggota hanya dengan membuka aplikasi yang sudah dia unduh di *handphone* mereka masing-masing.

Tidak hanya dalam aplikasi, beberapa perusahaan atau organisasi juga mulai menerapkan hal serupa dalam sebuah *website* organisasi. Pemilik kartu anggota bisa membuka *website* perusahaan atau organisasi terkait dan memasukkan data untuk *login.* Pemilik juga bisa memasukkan *point rewards* sendiri hanya dengan memasukkan kode yang tertera dalam struk pembelian suatu produk. Dengan melihat perkembangan inovatif ini diharapkan kartu anggota The Bunker Café kedepannya bisa dibuat dalam versi *digital* untuk mempermudah penggunanya.

Perancangan Media Promosi..., Dian Putri, FIKOM UMN, 2018