



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kedai Dwima Burger adalah salah satu usaha kuliner yang menjual Burger yang cukup terkenal pada masanya namun dengan adanya perkembangan industri kuliner yang pesat maka kedai ini memiliki persaingan usaha yang cukup banyak pada saat ini, akan tetapi kedai Dwima Burger ini harus memiliki cara agar dapat mempertahankan kedai tersebut ditengah banyaknya kompetitor pengusaha kuliner lainnya.

Dari hasil penelitian yang penulis dapatkan Dwima Burger kurang untuk melakukan promosi memperkenalkan kedai nya maupun produk lain yang mereka miliki. Penulis merancang promosi Dwima Burger untuk meningkatkan dan memberitahukan target atas kedai Dwima Burger. Harapan dari perancangan promosi ini adalah agar masyarakat lebih mengenal Dwima Burger sebagai salah satu Burger yang sudah cukup terkenal dengan rasanya yang konsisten sejak dahulu dan menarik minat konsumen lain untuk mencoba dan menikmatinya, Adapun kesimpulan yang dapat penulis ambil dari perancangan promosi Dwima Burger ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis merancang promosi Dwima Burger dengan menggunakan media sosial agar target audiens yang dituju oleh penulis dapat dengan mudah diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimana pun. Media sosial yang penulis gunakan yaitu *instagram post*, *instagram story*, *facebook ads*, dan

line *ads* Mengingat sosial media membuat hubungan antar produsen dan konsumen menjadi lebih dekat sehingga antara produsen dan konsumen dapat berbagi informasi mengenai hal yang mereka butuhkan terkait produk Dwima Burger.

2. Selain itu dari hasil penelitian penulis mendapatkan pesan “*Small size, big taste*” yang dimana penulis ingin menunjukkan bahwa ukuran Dwima Burger yang cenderung kecil akan tetapi memiliki rasa yang sangat besar. Disisi lain dwima burger memiliki mayonnaise yang menjadi ciri khas dari kedai mereka.
3. Kemudian penulis menggunakan teknik fotografi untuk mengambil foto produk makanan yang telah disajikan oleh kedai Dwima Burger itu sendiri. Untuk mendukung promosi penulis pun menggunakan media yang lain yaitu *vehicle ads*, neon box di motor, dan poster. Dalam perancangan yang telah dibuat oleh penulis ini agar menginformasikan, membantu promosi, dan meningkatkan hasil dari penjualan Dwima Burger.

Dengan melakukan media promosi yang penulis rancang ini diharapkan dapat membawa dampak yang besar dalam penjualan Kedai Dwima Burger, karena media sosial merupakan daya tarik yang dapat dengan mudah ditangkap oleh indra penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga konsumen dapat langsung mengerti isi pesan secara *real* dan otentik dari produk yang ditawarkan.

5.2. Saran

Keberhasilan dari suatu usaha dan pemasaran merupakan hasil dari pemilik usaha dalam pemilihan media promosi yang tepat dan efektif. sebagai usaha yang

bergerak dibidang kuliner, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak Dwima burger diharapkan dapat melakukan update kompetitor secara rutin untuk mengetahui perubahan apa yang telah dilakukan oleh kompetitor lainnya, sebagai dasar melakukan strategi promosi yang tepat berikutnya
2. Melakukan perbaikan atau perubahan media promosi yang telah dilakukan agar lebih efektif, untuk dapat meningkatkan selera pelanggan terhadap produk dwima burger, sehingga kepastian pelanggan baru maupun lama tetap terjaga dan dapat mencapai target market karena media promosi merupakan sarana berkomunikasi ke masyarakat sehingga nantinya dapat meningkatkan *income* bagi badan usaha tersebut

Selain dari sisi media promosi pihak dwima burger juga diharapkan mengimbangnya dengan tetap menjaga kualitas bahan baku terutama dari sisi mayonnaise yang banyak digemari oleh pelanggan karena kekhasan dari mayonnaise adalah karakteristik Dwima Burger dan menentukan kelebihan dari yang dimiliki penjual serta dapat berperan sebagai nilai jual yang tinggi untuk kedai Dwima Burger.

Penulis menyarankan kepada mahasiswa desain grafis yang sedang atau yang berencana memilih perancangan promosi untuk tugas akhir, penulis menyarankan untuk lebih banyak membaca buku mengenai promosi dan desain grafis yang bertujuan menambah wawasan saat merancang strategi promosi dengan tepat dan sesuai dengan target yang ini dituju. Lalu, manajemen waktu

pun sangat penting untuk menjalankan tugas akhir agar dapat diselesaikan tepat waktu agar tidak ada yang terlewati. Perancangan yang telah dibuat oleh penulis ini pun dapat dikembangkan dengan teknik visual yang lebih menarik dan kreatif dengan konten-konten yang menarik dan spesifik agar tujuan dan pesan promosi pun tersampaikan kepada target audiens.