



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.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Restoran Tea Garden merupakan restoran yang berasal dari Kota Johor, Malaysia. Restoran ini didirikan oleh Mr. Tan Chek Kek dan sudah berdiri sejak tahun 2005. Restoran Tea Garden juga merupakan restoran yang menyajikan menu makanan dan minumannya dengan resep asli dari keluarga Mr. Tan. Setelah usaha kuliner di kota asalnya semakin berkembang, Mr. Tan mengembangkan usaha kulinernya dengan membuka cabang di Indonesia, salah satu cabang pertamanya adalah Restoran Tea Garden yang berada di Gading Serpong. Setelah lebih dari 10 tahun berdiri, berdasarkan hasil pengumpulan data yang sudah penulis lakukan ternyata masih terdapat rendahnya *brand awareness* dari para *audience*. Atas dasar tersebut, diperlukan strategi komunikasi untuk Restoran Tea Garden berupa *advertising*.

Penulis melakukan perancangan yang diawali dengan melakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Penulis menggunakan metode pengumpulan data gabungan, antara lain melakukan wawancara langsung terhadap narasumber selaku *branch manager* Restoran Tea Garden, melakukan observasi langsung dengan mengunjungi Restoran Tea Garden yang berada di Gading Serpong, dan menyebarkan kuesioner *online* terhadap 108 responden yang berada di Kota Jakarta dan Tangerang. Berdasarkan hasil pengumpulan data tersebut kemudian penulis mulai melakukan *brainstorming* dan *mindmapping* untuk mencari kata

kunci yang dapat menggambarkan identitas Restoran Tea Garden dan *key message* atau *big ide* yang menjadi penentu pesan utama yang dapat dijadikan acuan dalam membuat strategi komunikasi pada perancangan ini. *Big idea* dalam perancangan ini adalah "*Authentic Malay Dish from Our Malaysian Family*". Kemudian dari *big idea* diterjemahkan ke dalam bentuk visual berdasarkan konsep dari *mindmap* yang sudah dilakukan dan *tagline* yang berbunyi "*from our family to yours*". *Big idea* pada proses perancangan ini adalah menampilkan dan menonjolkan konsep Melayu pada Restoran Tea Garden dan menunjukkan kehangatan yang diberikan lewat *experience* ketika *audience* makan di restoran ini. Perancangan visual *brand communication* Restoran Tea Garden meliputi penggunaan *image*, tipografi, dan layout dengan *image* sebagai elemen utama dalam menyampaikan pesan. Penulis juga menggunakan teknik persuasi *pay off idea* yaitu persuasi dengan memberikan harapan yang baik.

Pesan dan visual diaplikasikan pada media-media dengan memperhatikan *touchpoint audience*, konten, dan *budget* yang disediakan. Media utama penulis merancang *brand guidelines* sebagai acuan dalam mengaplikasikan identitas visual pada media dan acuan dalam penggunaan *copywriting* pada media, poster berisi *food image* dan *copywriting* tentang Restoran Tea Garden yang akan dipasang di sekitar Restoran Tea Garden, dan brosur yang akan dibagikan kepada *audience* untuk promosi *on-site*. Media pendukung lainnya berupa media sosial (Instagram) dan *merchandise*.

Brand communication Restoran Tea Garden yang telah dirancang oleh penulis dengan demikian dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh

restoran terkait. Perancangan yang telah penulis lakukan belum sepenuhnya sempurna, sehingga penelitian dan perancangan mungkin dapat dilanjutkan dikemudian hari.

5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian yang penulis lakukan masih jauh dari kesempurnaan. Penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas perancangan yang sama, untuk dapat lebih tekun dan spesifik pada saat proses pengumpulan data. Peneliti harus dapat lebih memahami narasumber wawancara yang dapat memberikan informasi dengan akurat. Peneliti juga harus lebih memahami *brand concept* dan lebih banyak mempelajari tentang budaya dan kulturasi. Hal tersebut dapat memudahkan peneliti pada saat melakukan perancangan, menentukan strategi komunikasi, dan membuat *copywriting* yang tepat.

Saran berikutnya kepada pihak Restoran Tea Garden untuk dapat lebih memahami tentang *brand* yang dikelola, menguasai konsep restoran secara *detail*, dan mampu untuk merancang materi atau konten tentang restoran terkait dalam bentuk verbal maupun lisan. Materi atau konten yang dimaksud adalah untuk aplikasi pada media sosial, lebih menunjukkan *brand value* dan *experience* yang diberikan oleh Restoran Tea Garden terhadap para konsumen maupun calon konsumennya.