



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

Dharma Kitchen merupakan restoran vegetarian yang sudah beroperasi selama 20 tahun tetapi tetap sepi dan jarang ada tamu. Hal ini dikarenakan kurangnya *awareness* dari masyarakat tentang restoran Dharma Kitchen, hal ini dibuktikan dengan disebarnya kuisioner yang berkesimpulan bahwa 71.3% tidak pernah mendengar Dharma Kitchen. Berdasarkan hasil wawancara restoran Dharma Kitchen juga ingin meningkatkan penjualannya lewat promosi dengan mengenalkan makanan vegetarian kepada masyarakat luas. Penulis lalu membuat promosi untuk membantu meningkatkan *awareness* dari restoran Dharma Kitchen sehingga lebih dikenal masyarakat. Wawancara dengan pelaku vegetarian, customer loyal dilakukan penulis untuk mencari *second opinion* guna mencari keunikan restoran Dharma Kitchen.

Big Idea dari promosi yang penulis rancang adalah “rasakan perbedaannya, nikmati persamaannya”. Hal ini untuk menunjukkan tentang restoran Dharma Kitchen yang berbeda dari restoran vegetarian pada umumnya dengan *quality control yang ketat*, bahan-bahan yang segar dan variasi makanan terbanyak, tetapi memiliki rasa yang hampir sama dengan makanan non-hewani disertai *plating* makanan yang rapi dan profesional. Dengan *headline* “Taste Meat, yeat Meatless” merupakan keunikan yang diangkat penulis. Media utama dari promosi ini merupakan *website*, yang dikarenakan berdasarkan kuisioner bahwa umur 25-40 suka mencari informasi tentang rumah makan lewat *website*, selain itu tingkat

penetrasi internet pada umur 25-40 merupakan tertinggi dibanding kelompok umur yang lain. Terdapat pula media pendukung lainnya seperti *x-banner*, brosur, *voucher*, dan sebagainya. Semua media terdapat kesamaan yaitu penggunaan warna coklat muda dengan warna-warna netral untuk memunculkan kesan yang oriental tetapi tetap netral. Setiap media terdapat goresan kuas untuk memperkuat identitas restoran Dharma Kitchen dan terdapat *link* yang merujuk ke media utama yang penulis buat yaitu *website* dengan domain www.dharma-kitchen.com

5.2. Saran

Penulis diusulkan secara visual agar dibuat lebih terang lagi dikarenakan visual yang penulis masih terlalu gelap, dalam setiap media-media yang dipakai penulis untuk mempromosikan restoran Dharma Kitchen ditambahkan tulisan yang menyatakan bahwa makanan ini merupakan makanan khusus vegetarian sehingga orang-orang yang melihat media tersebut langsung sadar bahwa makanan ini vegetarian.

Penulis menyarankan untuk menentukan judul dan bidang usaha perusahaan yang ingin dipromosikan terlebih dahulu. Pastikan judul dan bidang usaha perusahaan sesuai dengan keinginan agar tidak pernah merasa bosan saat mengerjakannya. Penulis juga menyarankan untuk banyak membaca buku tentang promosi dan periklanan secara mendalam sehingga dapat merancang iklan dan promosi yang baik. Pematangan konsep juga diperlukan sebelum maju ke tahap berikutnya supaya arah dari perancangan jelas dan tidak menyimpang.