

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Rumah makan Bumi Aki memiliki sejumlah keunikan yang dimilikinya, menjadikan rumah makan yang menawarkan suasana, nuansa, dan jenis makanan seperti rumah makan Bumi Aki jarang ditemukan di daerah Puncak. Padahal, berdasarkan hasil survei yang dilakukan, alasan target audiens yang suka kuliner tertarik untuk mengunjungi tempat makan dengan suasana yang bagus dan rasa yang. Maka dari itu, rumah makan Bumi Aki memiliki potensi yang besar untuk menjadi salah satu rumah makan yang diminati oleh pengunjung di daerah Puncak. Namun, dengan potensi yang dimilikinya ini, rumah makan Bumi Aki masih belum begitu dikenal oleh audiens yang berkunjung ke Puncak. Hal ini dibuktikan dari dilakukannya survei mengenai rumah makan Bumi Aki yang meraih awareness rendah. Untuk mengatasi masalah ini dibuatlah strategi promosi yang menggabungkan keunggulan dari suasana yang ditawarkan oleh rumah makan Bumi Aki dan rasa makanan khas Sunda untuk mempromosikan dan memberikan informasi mengenai keunikan dari rumah makan Bumi Aki ke pengunjung daerah Puncak.

Dalam perancangan promosi rumah makan Bumi Aki, penulis melakukan langkah-langkah terpadu untuk menyusun strategi. Setelah melewati beberapa tahapan mulai dari wawancara, riset kuantitatif dan kualitatif, *mindmapping*, membuat *creative brief*, didapatlah strategi promosi untuk mengkomunikasikan keunikan rumah makan Bumi Aki ke dalam tiga keunikan, yakni nuansa singgasana yang dimiliki oleh rumah makan Bumi Aki, semerbak aroma jamuan khas rumah makan Bumi Aki, dan kaya cita rasa layaknya seorang prabu yang akhirnya dirangkum ke dalam konsep kuliner singgasana di rumah makan Bumi Aki. Ide promosi ini digunakan untuk menarik perhatian pengunjung karena menggunakan konsep yang berbeda dengan promosi bidang makanan lainnya.

Penulis membuat *user journey map* sebagai simpulan untuk penggunaan media yang digunakan dalam implementasi dengan perkiraan biaya yang dikeluarkan.

5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam perancangan promosi rumah makan Bumi Aki. Berdasarkan rangkaian proses yang telah penulis lakukan, ada baiknya jika calon peneliti lainnya mempertimbangkan beberapa pertimbangan sebelum melakukan tahapan perancangan promosi sebagai berikut :

1. Sebaiknya rumah makan memikirkan ide bervariasi setiap beberapa bulan untuk menarik perhatian target audiens, sehingga rumah makan menghadirkan tema yang berbeda membuat target audiens ingin datang berkunjung ke rumah makan tersebut.

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi, terutama di bidang kuliner.
3. Memahami topik yang dipilih dengan baik dan dianggap *urgent* dengan permasalahan yang dihadapi saat ini serta mencari sumber yang terpercaya.
4. Mempelajari calon audiens yang menjadi target dalam perancangan desain. Mulai dari tingkah laku hingga kebiasaan yang dimiliki sehingga sukses dalam merealisasikan hasil rancangan karena sesuai dengan apa yang target audiens butuhkan.
5. Meminta pandangan dari orang lain dan bertukar pendapat dengan yang mengerti serta ahli dalam bidang desain atau promosi. Seperti dosen pembimbing, teman atau naraasumber yang menguasai bidang promosi atau desain.
6. Melakukan manajemen waktu dan menyimpan folder yang berhubungan dengan perancangan promosi dengan rapih selama pengerjaan.