

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dansa Coffee & Goods memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang yang dapat dilihat dari *unique selling proposition* atau USP Dansa Coffee & Goods yang memiliki keunikan dibandingkan dengan café kompetitor di sekitarnya. Keunikan ini perlu ditonjolkan dan diinformasikan agar para *target audience* dapat tertarik mengunjungi Dansa Coffee & Goods. Maka dari itu dalam perancangan tugas akhir ini penulis memilih merancang media promosi Dansa Coffee & Goods dari masalah yang ada pada Dansa Coffee & Goods. Penulis berharap dengan dilakukannya perancangan media promosi ini dapat bermanfaat bagi penulis, Dansa Coffee & Goods, maupun Universitas Multimedia Nusantara.

#### 5.2 Saran

Berikut merupakan saran dari hasil penelitian penulis yaitu saran dari ketua sidang, dewan sidang dan saran dari penulis sendiri

##### A. Saran dari ketua dan dewan sidang

Berikut merupakan beberapa saran dari ketua dan dewan sidang kepada penulis :

1. Memperkuat urgensi dan latar belakang masalah
2. Memperdalam riset mengenai USP dari *brand* yang dipromosikan
3. Memperdalam riset kompetitor dari *brand* yang dipromosikan
4. Menggunakan *grid* pada karya yang lebih tepat dibandingkan dengan *modular grid*

5. Mengubah *tone vintage* pada karya agar lebih merasakan *feel* yang didapatkan

B. Saran dari penulis :

Berikut merupakan saran dari penulis untuk mahasiswa fakultas Desain Komunikasi Visual yang nantinya akan mengambil topik mengenai perancangan media promosi :

1. Memilih *brand* atau merek yang memiliki urgensi yang cukup kuat untuk merancang media promosi dengan didasari teori promosi.
2. Memiliki ketertarikan pada *brand* atau merek dan juga dengan perancangan media promosi.
3. Memperhatikan aturan dalam melakukan perancangan desain maupun dalam penulisan.
4. Pendalaman riset mengenai *unique selling proposition* atau *USP* yang nantinya digunakan sebagai bahan dalam perancangan media promosi.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA