

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Burger adalah salah satu makanan khas Amerika yang terdiri dari roti yang dibelah dua dan diisi dengan daging patty, sayuran, saus, dan bahan pelengkap lainnya. Chick N Pepper merupakan UMKM yang tergabung dalam Pokdarwis Medang yang menawarkan produk makanan khas Amerika berupa burger dan hotdog. UMKM ini memiliki kualitas rasa dan bahan yang premium serta berbeda dari burger-burger pada umumnya. Keunikan Chick N Pepper terletak pada daging patty yang tebal, menggunakan daging sapi cincang asli. Namun, banyak masyarakat yang belum mengetahui keunikan yang ditawarkan oleh Chick N Pepper. Pemilik Chick N Pepper mengaku bahwa mereka mengalami sepi pengunjung dan tidak banyak yang menyadari keberadaan Chick N Pepper.

Dalam mengatasi hal tersebut, penulis memutuskan untuk merancang media promosi melalui konten media sosial di Instagram. Penulis memilih Instagram sebagai media promosi yang akan digunakan karena menurut hasil riset *We Are Social*, Instagram merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia pada Januari 2024. Dalam perancangan media promosi Chick N Pepper, penulis menggunakan teori perancangan Robin Landa dengan strategi promosi AISAS. Penulis memfokuskan pada keunikan produk dan informasi seputar produk yang dipromosikan. Dengan dilakukannya perancangan ini, penulis dapat menambah wawasan dalam menentukan strategi promosi yang baik dan efektif dalam membangun *brand awareness*.

Melalui penggunaan media sosial yang tepat, penulis berupaya agar informasi mengenai keunikan dan kualitas produk Chick N Pepper dapat lebih mudah dijangkau oleh calon konsumen. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung dan penjualan, serta memperkuat posisi Chick N Pepper di pasar kuliner lokal. Selain itu, penulis juga mengharapakan bahwa pengalaman ini

dapat menjadi referensi berharga dalam pengembangan strategi promosi yang inovatif dan efektif di masa depan.

5.2 Saran

Penulis menyarankan kepada para desainer selanjutnya agar melanjutkan proyek ini dengan topik perancangan media promosi *offline* Chick N Pepper. Hal tersebut mencakup pembuatan media promosi seperti poster, flyer, brosur, dan banner yang dapat ditempatkan di lokasi strategis, seperti pusat perbelanjaan, sekolah, dan area perkantoran. Dengan memadukan strategi *online* dan *offline*, diharapkan Chick N Pepper dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat kehadiran mereka di berbagai saluran. Strategi ini juga akan membantu meningkatkan *brand awareness* dan menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh dan menyenangkan bagi pelanggan.

Penulis juga mendapatkan masukan dari dosen pembimbing mengenai pentingnya memperhatikan tren dan preferensi pasar yang selalu berubah. Mengikuti perkembangan teknologi dan media sosial dapat membuka peluang baru dalam strategi promosi yang lebih kreatif dan efisien. Oleh karena itu, penulis menyarankan calon peneliti lain untuk selalu melakukan riset pasar terkini agar dapat mengembangkan konsep yang relevan dan menarik bagi target audiens.

