

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Promosi menjadi salah satu aspek krusial dalam berjalannya suatu usaha, baik yang berfokus pada produk maupun layanan. Semua sektor usaha membutuhkan promosi, termasuk restoran Dimsum Tuan Jie, sebuah restoran dimsum yang telah beroperasi sejak 2020 di Gading Serpong, Tangerang Selatan. Meski demikian, keberadaan restoran Dimsum Tuan Jie belum dikenal luas oleh masyarakat. Tidak hanya itu, masyarakat juga menyatakan tidak pernah mendengar ataupun mengetahui promosi restoran Dimsum Tuan Jie di platform media digital maupun media cetak.

Untuk mengatasi hal ini, penulis telah merencanakan suatu strategi promosi yang menggunakan media sosial Instagram sebagai fokus utama. Dalam penyusunan strategi ini, penulis mengembangkan sebuah konsep besar dengan tema "Sejuta Rasa dalam Sajian Otentik," yang terintegrasi dalam elemen visual pada materi promosi utama yaitu YouTube *Video Ads* dan TikTok *Ads*. Selain itu, penulis juga menciptakan materi tambahan untuk mendukung promosi restoran Dimsum Tuan Jie yaitu sosial media, media cetak *t-banner* dan spanduk, media kolateral seperti *spinning wheel*, *table tent*, dan juga video digital untuk *platform* TikTok dan Instagram *Reels*.

#### **5.2 Saran**

Setelah menuntaskan penulisan laporan mengenai perancangan promosi restoran Dimsum Tuan Jie, penulis mendapat banyak masukan yang berharga serta pelajaran dari seluruh proses perancangan tersebut. Masukan yang diterima sangat membantu perkembangan penulis dalam melaksanakan perancangan dan juga penelitian selanjutnya. Masih banyak yang harus ditingkatkan dalam perancangan ini, baik dalam aspek karya maupun laporan.

- 1) Dalam dalam pencarian data, diperlukan riset dan pemahaman data sedalam-dalamnya untuk mendapatkan *insight* yang nantinya akan berguna dalam tahap perancangan karya. Lakukan pencarian data selengkap mungkin dalam tahap observasi, studi eksisting, studi referensi, dan wawancara. Penggunaan bahasa yang jelas dan terukur juga perlu diperhatikan.
- 2) Setelah mendapatkan data melalui kuesioner dan wawancara, hasil data tersebut perlu diterapkan lebih mendalam pada karya agar mudah dipahami oleh target audiens. Contohnya, pada hasil wawancara terdapat *insight* yaitu suasana restoran yang *homey* dan makanan berkualitas. Oleh karena itu, untuk mencapai hasil promosi yang efektif, perlu dikorelasikan antara *insight* dan karya yang akan dibuat.
- 3) Dalam pembuatan media promosi, perhatikan media yang digunakan dalam membangun *brand awareness* dan media yang dapat mengajak audiens untuk melakukan *action*. Pahami hierarki dan *layout*, agar perancangan karya dapat terlihat dengan jelas dan poin yang ingin disampaikan dapat dipahami jelas oleh target audiens.
- 4) Dalam pembuatan seluruh media, diperlukan sketsa yang komprehensif dan dapat menggambarkan keseluruhan letak aset visual dan informasi. Jelaskan secara runtut dan detail saat proses digitalisasi karya, meliputi *grid*, teknis, dan lain sebagainya. Perhatikan seluruh detail dalam perancangan karya, hindari kebocoran dalam fotografi, *readability* teks, hierarki, dan *layout*.

