

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Warung Ce adalah restoran khas Kupang berdiri sejak 2014 yang berada di Jakarta Barat Citra 8, Gading Serpong Goldfinch, dan Gading Serpong Ruko *Paramount*. Warung Ce menjual makanan dengan bahan dasar babi dan salah satu ciri khas yang paling menonjol adalah daging tersebut melewati proses yang di namakan se'i. Se'i adalah teknik memasak yang di mana daging dimarinasi, *curing*, dan diasapi menggunakan kayu bakar, sehingga menghasilkan aroma yang unik dari kayu yang dibakar. Penulis menemukan masalah saat observasi di mana *engagement* Warung Ce masih rendah di salah satu media sosial yaitu sebesar 0,0017% yang didapatkan dengan menghitung jumlah komentar ditambah jumlah *likes*, dibagi jumlah *followers* dan dikali 100% selama 30 hari terakhir yang dihitung pada 20 Maret 2025.

Pada 7 April 2025 salah satu cabangnya di Goldfinch tutup permanen. Penulis juga melakukan pra-kuesioner pada 32 orang yang tinggal disekitar restoran Warung Ce dan 62,5% tidak mengetahui restoran tersebut, sehingga penulis menyimpulkan bahwa promosi yang terbatas membuat kurangnya *awareness*. Penulis juga menemukan bahwa desain kurang menarik karena tidak mengikuti prinsip maupun strategi visual untuk desain seperti pemilihan *typography*, *layout*, dan *gaya visual* yang konsisten. Penulis menggunakan metodologi *Advertising by Design* (2010) oleh Robin Landa karena metodologi tersebut dipakai untuk mengdiferensiasi produk di tengah-tengah banyaknya iklan yan beredar.

Penulis membuat perancangan untuk target berusia 27-35 yang tinggal di daerah Jakarta Barat, Tangerang Gading Serpong, dan Tangerang BSD. Desain dibuat dengan menonjolkan visual bahwa makanannya *authentic*, *traditional*, dan *lush* dengan menunjukan *supergraphic* yang menggambarkan *pork* dan menggunakan motif batik. *Big idea* dari perancangan adalah “Dari Autentiknya Nusa Tenggara Timur untuk Kamu.” Desain dibuat dengan fotografi agar makanan dapat dibayangkan dengan jelas. Selain itu elemen untuk menonjolkan keunikan dari Kupang adalah elemen kayu. Akhirnya penulis membuat perancangan untuk

media sosial *post*, *story*, dan *reels* sebagai media utama dan media sekunder berupa desain untuk *online delivery services*, *x banner*, *hanging banner*, pamflet, *business card*, *tote bag*, *apron*, dan *packaging* untuk melengkapi perancangan. Perancangan ini diupayakan untuk menjawab masalah Warung Ce agar promosi bisa lebih efektif.

5.2 Saran

Setelah melewati proses perancangan promosi Warung Ce, penulis mengerti bahwa proses desain tidaklah mudah. Tidak jarang penulis mengalami kesulitan baik dalam mengatur waktu, prioritas, dan emosi selama pengerjaan. Laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis juga ingin menyampaikan beberapa saran agar pembaca yang menjalani penelitian bisa berjalan lebih lancar lagi. Berikut adalah saran-sarannya:

1. Saran Praktis untuk Peneliti

Mengelola emosi dengan lebih baik dan mengerjakan laporan dengan lebih giat dengan cara praktis yaitu mencari lingkungan kerja yang optimal. Sehingga target tercapai lebih mudah dan cepat. Selain itu, jangan lupa untuk bersosialisasi dengan teman agar beban emosi tidak menumpuk. Jangan terlalu memikirkan banyak hal saat menulis laporan, yang terpenting menulis terlebih dahulu. Jangan lupa makan makanan bergizi dan olahraga secara teratur.

2. Saran Teknis untuk Laporan

Format penulisan diperhatikan dari awal, membuat lampiran. Kuesioner disebar ke lebih banyak responden. Membuat lampiran lebih lengkap. Selain itu deskripsi informasi dan pesan harus lebih detail dan jelas dengan bahasa yang mudah sehingga pembaca tidak kebingungan apa yang ingin disampaikan oleh penulis. Masalah harus diteliti lebih dalam lagi karena industri *F&B* memiliki banyak faktor terhadap penjualannya.