

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Bab IV, masalah utama yang ditemukan pada restoran Kingtuna Manado adalah penurunan penjualan dan persaingan yang ketat dengan kompetitor sekitar. Selain itu, promosi yang telah dijalankan oleh restoran tersebut kurang memberikan informasi yang memadai dan tidak konsisten dalam pembuatan konten, terutama terkait dengan penggunaan warna, font, dan logo yang khas.

Untuk merancang media promosi yang efektif bagi restoran Kingtuna Manado, hasil analisis menunjukkan bahwa perancangan media promosi yang menggunakan pendekatan *AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sangat cocok untuk menarik perhatian audiens. Tahapan-tahapan tersebut mencakup pembuatan desain yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga jelas dan konsisten dalam menyampaikan pesan. Penggunaan elemen desain seperti foto makanan yang menggugah selera, pemilihan warna yang harmonis, serta tipografi yang tepat untuk menciptakan kesan profesional dan elegan terbukti dapat meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat identitas restoran, dan meningkatkan ketertarikan pelanggan untuk mengunjungi restoran Kingtuna Manado.

Secara keseluruhan, desain media promosi yang dirancang sudah cukup efektif dalam menyampaikan informasi secara jelas dan menarik perhatian audiens. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner market validation yang menunjukkan bahwa audiens memberikan respon positif terhadap desain yang disampaikan. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan restoran Kingtuna Manado dapat memperbaiki penjualan dan meningkatkan daya saingnya di pasar.

## **5.2 Saran**

Dalam proses perancangan yang sudah dilakukan oleh penulis, penulis telah menemukan saran yang akan dijadikan sebagai masukan untuk perancangan selanjutnya. Pada saran yang akan saya buatkan dibagikan menjadi dua yaitu saran teoritis dan praktis sebagai berikut.:

### **1. Dosen/ Peneliti**

Dosen atau peneliti di Universitas Multimedia Nusantara diharapkan dapat terus mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas dalam riset dan perancangan, khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual dan pemasaran. Penelitian lebih lanjut mengenai penerapan konsep-konsep desain dalam media promosi dapat memberikan wawasan baru yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Dosen juga diharapkan dapat memberikan arahan yang lebih terperinci dalam penggabungan teori dan praktik, agar mahasiswa dapat lebih mudah mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dipelajari dalam studi mereka

### **2. Universitas**

Universitas Multimedia Nusantara dapat terus memperkuat kurikulum dengan menyediakan lebih banyak mata kuliah yang berfokus didalam bidang desain, pemasaran digital, dan media sosial. Selain itu, program magang dan kolaborasi dengan perusahaan dapat diperluas untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan didunia profesional. Penelitian terkait inovasi dalam media promosi dan desain visual juga dapat didorong lebih intensif untuk menciptakan karya-karya dengan baik.

### **3. Karya**

Dalam karya dapat dibuat lebih memperbanyak meng-*highlight* yang keunikan yang dijualkan yaitu rahang tuna. Selain itu memperbanyak konten ajakan kepada audiens baru untuk datang kerestoran Kingtuna Manado. Kemudian dapat melengkapi konten mengenai lokasi dengan membuat

*storytelling* seperti Kingtuna Manado dekat dengan tempat xxx, selain itu juga tidak hanya melalui post saja tetapi melalui story juga.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA