

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pattaya Thai *Dessert* adalah sebuah merek yang berbidang dalam industri *food & beverage* dengan produk berupa Thai *Food & Thai Dessert* yang berdiri sejak tahun 2001. Merek tersebut kemudian memiliki kedai toko fisik pada tahun 2023. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari observasi sehingga studi referensi untuk perancangan promosi untuk Pattaya Thai *Dessert* di Jakarta Barat. Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa merek tersebut menghadapi beberapa masalah seperti *brand awareness* dan kesulitan dana mempromosikan kafe yang baru buka pada tahun 2023. Sifat tidak aktif pada media sosial Pattaya Thai *Dessert* menyebabkan penurunan *brand awareness* dan membuat merek terjebak pada keterbatasan kesadaran merek pada masyarakat secara spesifik di dalam area Jakarta Barat.

Maka dari itu, berdasarkan masalah yang dihadapi oleh Pattaya Thai *Dessert*, perancangan tersebut berfungsi dalam meningkatkan kesadaran merek di Jakarta Barat dan aktivasi media sosial Pattaya Thai *Dessert* yang tidak aktif. perancangan tersebut menggunakan model AISAS yaitu dengan kerangka media PESO. Media promosi yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media sekunder, media utama berfokus kepada pemasaran lewat media sosial seperti Instagram, dan media sekunder sebagai media pendukung dalam berjalannya kampanye promosi tersebut. Media pendukung tersebut terdiri dari media seperti Instagram *story*, Instagram *reels*, Tiktok video, *Signage*, *e-menu*, menu *board*, *Acrylic stand*, poster, *billboard*, *banner*, kartu bisnis, *Loyalty stamp card*, dan kemasan. Promosi tersebut menggunakan dan memperhatikan elemen visual yang terdiri dari warna, *grid*, *copywriting*, fotografi, *supergraphic*, dan *layout*. Media tersebut dikembangkan dalam upaya menyebarluaskan pengetahuan *audience* tentang merek dan mempengaruhi calon pelanggan dalam mengunjungi dan membeli produk dari Pattaya Thai *Dessert*.

5.2 Saran

Setelah proses merancang tugas akhir berupa media promosi, penulis menemukan beberapa celah yang masih dapat dikembangkan, baik dari sisi teori hingga *output* media perancangan. Agar media promosi tersebut lebih relevan dan tepat sasaran, terdapat beberapa masukan yang didapatkan dari ketua sidang dan dosen penguji. Beliau menyatakan bahwa pembuatan *customer journey map* disarankan untuk memahami interaksi konsumen di setiap titik, peta harus dirancang dengan mempertimbangkan saluran awal konsumen menemukan tentang merek tersebut seperti melihat langsung, rekomendasi dari teman, menemukan toko, ulasan *online* maupun dari *platform* pesan-antar seperti GoFood atau ShopeeFood. Selain itu, media promosi yang telah dikembangkan oleh penulis dinilai terlalu taktis dan kurang memukau *emotional selling proposition* ke konsumen, konten yang berbasis *short form content* dinilai masih dapat dikembangkan lagi, dengan media utama Instagram dapat dijadikan dalam bentuk video atau *motion graphic*. Dalam pembuatan karya, *grid system* juga merupakan hal yang penting yang harus dipertimbangkan oleh desainer, penguji menyarankan menggunakan margin pada saat merancang tata letak dari suatu desain agar karya dapat menjadi lebih konsisten. Kemudian, dalam upaya menyempurnakan proses penelitian dan perancangan yang efektif dan tepat sasaran penulis memberikan saran berdasarkan manfaat dan temuan dari proses perancangan baik untuk pihak dosen atau peneliti dan juga pihak universitas.

1. Dosen/Peneliti

Disarankan untuk melakukan penelitian tambahan tentang efektivitas model AISAS yang digunakan pada segmen pasar yang lebih beragam dengan menggabungkan media digital dan fisik. Kemudian, perancangan tersebut dapat menjadi topik penelitian yang relevan di masa depan untuk penelitian maupun perancangan yang serupa.

2. Universitas

Dalam menyusun tugas akhir, universitas dapat mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan industri makanan dan minuman lokal dalam upaya memungkinkan mahasiswa secara langsung menggunakan pengetahuan yang mereka peroleh. Selain itu, pengembangan repositori digital yang terorganisir untuk menyimpan dan mempublikasikan hasil tugas akhir dengan judul perancangan yang serupa yang bermanfaat sebagai referensi bagi sivitas akademika selanjutnya.

