

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang media promosi The Louvre café sebagai upaya meningkatkan brand awareness, dari rumusan masalah perancangan yang di ajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah ditemukan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan sementara sebelum pengujian dilakukan. Adapun kesimpulan sementara yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Gagasan perancangan media promosi The Louvre café Surabaya adalah untuk memperkenalkan The Louvre café kepada masyarakat luas Surabaya dan sebagai upaya meningkatkan brand awareness.
2. Tema desain dalam perancangan ini adalah *Enjoy* yang memiliki makna suasana menyenangkan dan santai di café, yang kemudian di implementasikan dalam bentuk konsep kreatif, strategi komunikasi dan strategi media.
3. Implementasi perancangan mengacu pada promosi The Louvre café Surabaya, dimana keberadaannya belum banyak diketahui oleh masyarakat luas Surabaya, dan diharapkan mampu menimbulkan rasa aware terhadap produk yang ditawarkan.
4. Media promosi yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah mengutamakan media website dan media pendukung lainnya yaitu iklan radio, iklan majalah, iklan koran, *flyer*, *merchandise*, kartu nama.

5. Media promosi dirancang sesuai dengan tema rumusan desain yakni *Enjoy*. Menggunakan warna identitas warna kafe untuk memberi karakteristik kafe itu sendiri, dan memberi warna abu-abu untuk warna tambahan atau warna pemanis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Konsep yang ingin disampaikan lewat program promosi hendaknya konsisten karena audiens akan mudah mengingatnya.
2. Pihak The Louvre café diharap berkonsetrasi melakukan kegiatan promosi yang lain dari pada yang lain, sesuatu yang baru yang mampu dan memiliki daya tarik untuk masyarakat.

