

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang media promosi resto Kampoeng Steak dengan menggunakan karakteristik Surabaya sebagai upaya meningkatkan *brand loyalty*.

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan media promosi resto Kampoeng Steak dengan menggunakan karakteristik Surabaya ini adalah:

1. Gagasan perancangan media promosi resto Kampoeng Steak adalah untuk mewujudkan visi dari Kampoeng Steak yang ingin menjadi ikon wisata kuliner Surabaya serta memberikan suatu keunikan yang khas yang berasal dari daerah asal Kampoeng Steak sendiri yaitu Surabaya sehingga berbeda dari tempat steak lainnya.
2. Tema desain dalam perancangan ini adalah *Brave* yang memiliki makna bahwa Kampoeng Steak berani mempengaruhi/mengajak audiens untuk menjadi konsumen dari produk Kampoeng Steak sekaligus mengenalkan kota Surabaya yang merupakan kota asal Kampoeng Steak.
3. Implementasi perancangan mengacu pada promosi resto Kampoeng Steak khususnya di kota Surabaya, dimana hasil perancangan diharapkan mampu meningkatkan jumlah konsumen penikmat resto Kampoeng Steak dan tetap mempertahankan loyalitas dari pelanggan lama Kampoeng Steak.

4. Media Promosi yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah media yang umum digunakan oleh target konsumen seperti iklan tv, iklan internet, *flyer*, iklan majalah, iklan koran, dan iklan radio serta *merchandise* pendukung
5. Media promosi dirancang sesuai dengan tema rumusan desain, yaitu *Brave* atau berani. Menggunakan warna-warna yang sesuai dengan karakter resto Kampoeng Steak dan juga sesuai dengan konsep. Pilihan warna merah sebagai refleksi dari berani. Untuk mewakili resto Kampoeng Steak, menggunakan warna biru dan kuning.

5.2 Saran

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

1. Pihak resto Kampoeng Steak diharap berkonsentrasi melakukan kegiatan promosi yang beda daripada yang lain, sesuatu yang baru yang mampu dan memiliki daya tarik untuk masyarakat.
2. Memberikan perhatian khusus pada daerah asal yaitu kota Surabaya, yang memang hal tersebut merupakan pembeda yang sulit ditiru oleh pesaing yang menjual jenis dan konsep makanan yang sama.