

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Untuk mengembangkan toko roti dan kue Vitarasa serta agar dikenal oleh masyarakat dalam lingkup yang lebih luas, harus dilakukan kegiatan promosi. Promosi dilakukan melalui media cetak seperti iklan koran, banner, spanduk, brosur, flyer, poster. Serta melalui internet, yang merupakan sarana berpromosi yang efektif pada jaman teknologi seperti sekarang ini.

Dengan mempromosikan Vitarasa, secara tidak langsung mengkomunikasikan bahwa toko roti dan kue Vitarasa membuat produk yang menggunakan bahan alami dan tanpa bahan pengawet, kepada masyarakat dalam ruang lingkup yang lebih luas.

Penulis membuat rancangan visual untuk promosi Vitarasa dengan menggunakan warna yang menarik serta mengaplikasikan teknik fotografi di dalamnya, sehingga masyarakat dapat melihat produk-produk yang dijual oleh Vitarasa. Serta adanya program promo untuk menarik minat masyarakat untuk membeli dan mencoba produk Vitarasa.

Penulis menggunakan konsep ‘cinta’ dalam mempromosikan Vitarasa. Konsumen tidak perlu merasa khawatir karena produk Vitarasa aman untuk dikonsumsi. Karena segala sesuatu yang berhubungan dengan ‘cinta’ adalah hal-hal yang baik. Tidak ada cinta yang mencelakakan, mementingkan diri sendiri, sekedar mengutamakan rasa yang enak, atau hanya untuk menguntungkan diri sendiri. Karena sekarang ini banyak roti dan kue yang enak namun ternyata menggunakan bahan pengawet dan bahan kimia lainnya.

Ditambah dengan adanya maskot yang mewakili Nyonya Titin sebagai pemilik Vitarasa, konsumen akan merasa lebih dekat dan akrab dengan beliau. Konsumen maupun calon konsumen dapat merasakan langsung keakraban, keramahan, dan kehangatan dari Nyonya Titin, seperti cinta dari sosok seorang ibu.