

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Soto ojolali merupakan salah satu tempat yang menjual makanan khas Bandung yang sudah cukup lama. Selain menjual makanan yang sehat / tanpa bahan pengawet, rumah makan ini merupakan *pioneer* penjual Soto Bandung. Namun semakin banyaknya produsen lain yang membuat tempat makan dengan tampilan visual dan promosi yang lebih menarik, membuat Soto Ojolali kalah bersaing, terutama anak muda yang cukup banyak tidak mengetahui akan keberadaan Soto Ojolali ini.

Salah satu upaya agar anak muda mengetahui Soto Ojolali ini adalah dengan membuat ulang branding Soto Ojolali baik melalui perancangan desain dan strategi promosi yang baru.

Perancangan tampilan visual disajikan dengan ilustrasi vektor yang menggunakan maskot dengan unsur cerita sejarah Soto Ojolali pada maskot itu. Warna-warna yang digunakan pun menggunakan warna-warna yang memiliki sifat anak muda sehingga lebih *eye-catching*. Promosi yang digunakan pun melibatkan media sosial, yang sering digunakan oleh anak muda saat ini.

5.2 Saran

Promosi yang tepat adalah promosi yang benar-benar dibutuhkan dan mengena kepada target pasar sebagai sasaran utama. Perlu adanya keseragaman tampilan visual baik pada pusat maupun cabang dari Rumah Makan Soto Ojolali.