

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Ocean Travis Coldbrew merupakan salah satu usaha rumahan yang bergerak pada produk minuman jenis kopi dingin atau disebut *coldbrew*, berdiri pada tahun 2018 di kota Padang yang dipegang oleh Ravi sebagai *owner* produk tersebut. Melihat dari potensi yang dimiliki oleh produk *Ocean Travis* ini sebagai salah satu usaha *coldbrew* di Padang, maka perlunya media promosi yang baik agar dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan dan juga meningkatkan daya jual pada usaha yang dijalankan.

Setelah melakukan pengkajian dan analisis data maka penulis menyimpulkan bahwa salah satu langkah yang tepat untuk menampilkan upaya promosi tersebut ialah:

1. Merancang *User Interface Website* sebagai layanan informasi dan promosi dengan strategi visual yang baik menggunakan bauran media *website* dalam bentuk penggunaannya.
2. Perancangan media digital *website* dalam bentuk prototype ini dilakukan agar bisa memberikan informasi yang baik tentang adanya produk *coldbrew* di kota Padang. Sehingga bisa menjadi salah satu produk unggulan sebagai produk *coldbrew* yang ada di kota Padang.

B. SARAN

Dalam Proses perancangan *User Interface Website sebagai Media Promosi Ocean Travis Coldbrew*, penulis menemukan beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam proses penciptaan dituangkan dalam bentuk saran kedepannya, sebagai berikut:

1. Perancangan media promosi ini diharapkan menjadi sebuah wadah yang baru dalam mencoba menciptakan solusi dari permasalahan yang ada disekitar. Bagi para desainer harus teliti dan peka terhadap permasalahan yang bisa diselesaikan melalui desain komunikasi visual.
2. Perancangan media website berbentuk prototype ini diharapkan mampu menjadi stimulus kepada audiens tentang informasi yang merujuk pada identitas produk dan meningkatkan profit usaha dengan cara promosi yang dirancang, untuk menciptakan *circle loyalty customer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2014. *Aaker On Branding “20 Prinsip Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ardhi, Y. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Basu Swastha. 1999. *Manajemen Penjualan, Edisi Ketiga*. BPFE. Yogyakarta.
- Bennett, R. and Rundle-Thiele, S. 2002. “A Comparison of Attitudinal Loyalty Measurement Approaches”. *Journal of Brand Management*, Vol.8, No.2 February, 2008.
- Cummins, Julian. 1991. *Promosi penjualan : bagaimana menciptakan dan menerapkan program yang benar-benar berhasil*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Danton, Sihombing. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, Ike Janita. 2009. *Creating And Sustaining Brand Equity: Aspek Manjerial Dan Akademis Dari Branding Amara*. Yogyakarta.
- Gibler, D. M., & Miller, S. V. 2012. “Comparing the Foreign Aid Policies of Presidents Bush and Obama”. *SOCIAL SCIENCE QUARTERLY*, Volume 93, Number 5, 1202-1217.
- Gunadi, I.M dan Lirva, 2007. *Joomla Website Magic:dengan Joomla Bikin Website Semudah Memasak Mie Instan*, Jakarta: Jasakom.
- Iqbal, 2009. “Rekayasa Content Management System (CMS) JOOMLA Berbasis Open Source untuk pengembangan Sistem Informasi Berbasis Online”. *Jurnal Informatika*, Vol.3, No.1.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control*”.Prentice Hall Inc.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Myers, B. A. 1995. *User Interface Software Tools*. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*. New Jersey: New Jersey Prentice Hall inc.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Reena Saini, 2013, “*Graphical User Interface Design Essentials & Process, International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*”, Volume 3, Issue 9, ISSN : 2277 1128X.

Rustan, Suriyanto. 2019. *Warna Warni*. PT Lintas Kreasi Imaji: Jakarta.

Shneiderman, Ben & Catherine Plaisant. 2010. *Designing The User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*, United States of America: Pearson Higher Education.

Sударsono, Blasius. 2003 “*Memahami Dokumentasi*”. Acarya Pustaka, Vol.3, No.1 Juni.

Supardi, J., 2009. “*Rancang Bangun Collaborative Sistem Pemasaran Hotel Secara On-line dengan Pendekatan Mediator Based*”, Jurnal Sistem Informasi, Vol.1, No.2.

Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Syafrizal, M., 2005. *Pengantar Jaringan Komputer*, Yogyakarta: Andi Offset.

Wilbert O. Galitz, 2002. *The Essential Guide to User Interface Design*. Canada: Wiley Publishing, Inc.

Website.

<https://www.jagermeister.com.en>, diakses 22 Maret 2023

<https://www.ottencoffee.co.id/>, diakses 25 Maret 2023

<https://www.instagram.com/menyala.coffee/>, diakses 30 Maret 2023

https://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web diakses 22 Maret 2023

<https://epsikologi.com/psikologi-warna/#jenis-dan-arti-warna-dalam-ilmu-psikologi>,

diakses 22 Maret 2023