



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Perkembangan industri kopi di Indonesia saat ini memang sedang mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir sebesar 10% hal itu didasari oleh kafe-kafe di Indonesia yang menjadi tren pada saat ini sehingga membuat permintaan akan kopi menjadi meningkat. Di Indonesia khususnya DKI Jakarta saja setidaknya ada 1500 kafe yang tumbuh dan bersaing pada industri kopi dan alat yang biasa digunakan untuk membuat espresso berasal dari luar negeri, namun disisi lain alat kopi serupa ada juga buatan asli Indonesia yaitu RED Presso. RED Presso merupakan alat kopi buatan lokal dengan kemampuan yang tidak kalah dikelasnya dan dibandingkan dengan kompetitornya, Irawan Halim selaku pembuat alat kopi tersebut memang telah melakukan kegiatan berpromosi namun promosi yang telah dilakukannya tersebut tidak mampu membuat alat kopi RED Presso mendapatkan perhatian dimasyarakat sehingga alat tersebut tidak bisa memberitahukan mengenai keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, di sisi lain juga kegiatan berpromosi yang telah dilakukan tidak berlandaskan dengan sebuah perencanaan yang matang serta tepat guna menjangkau khalayak luas. Selain promosi yang kurang tepat dan kurangnya perencanaan dalam berpromosi sebagai penyebab kurangnya dikenal dimasyarakat, disisi lain kompetitor alat tersebut dapat dikatakan lebih mempunyai perencanaan yang baik dalam berpromosi hal itu dapat diketahui dari tingginya pengetahuan masyarakat mengenai kompetitor dari

alat kopi RED Presso serta penggunaan media-media yang cukup optimal dalam melakukan kegiatan berpromosi.

Melihat hal tersebut, mengharuskan alat kopi RED Presso untuk melakukan kegiatan berpromosi dengan perencanaan yang tepat dan penggunaan media-media yang efektif serta optimal guna menjangkau khalayak luas. Dengan melakukan kegiatan berpromosi secara tepat membuat alat kopi RED Presso mempunyai kesempatan untuk memberitahukan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya.

Atas dasar tersebut lah penulis merancang sebuah promosi terhadap alat kopi RED Presso. Pada perancangan yang penulis lakukan, penulis menggunakan sebuah metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif guna mendapatkan sebuah data yang nantinya akan penulis analisa. Selanjutnya melalui data yang penulis telah analisa, penulis menjadikan hasil tersebut sebagai acuan dalam merancang sebuah promosi terhadap alat kopi RED Presso.

Berdasarkan hasil data yang telah penulis peroleh, penulis menentukan sebuah strategi guna merancang sebuah promosi. Adapun strategi yang penulis tentukan meliputi strategi visual, strategi pesan, strategi media, hingga strategi komunikasi. Penulis menentukan sebuah pesan yaitu memberikan poin-poin keunggulan yang dimiliki oleh alat kopi RED Presso sebagai nilai tambah pada alat tersebut pada perancangan promosi alat kopi RED Presso dengan tujuan agar target audien dapat mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh alat kopi RED Presso sehingga dapat dipertimbangkan untuk menggunakan alat tersebut.

Setelah penulis menentukan sebuah pesan yang akan disampaikan kepada target audien, kemudian penulis melakukan sebuah *mindmapping* terhadap alat kopi RED Presso dengan segala aspek yang berhubungan dengan alat tersebut guna menentukan sebuah ide besar dari perancangan yang penulis lakukan. Berdasarkan hasil analisa serta pesan yang sudah ditetapkan penulis dapat dirumuskan ide besar yang didapat ialah "elegant dan mudah digunakan".

Berlandaskan sebuah ide besar yang telah penulis tentukan, kemudian penulis menentukan sebuah konsep yaitu "elegant". Penulis menampilkan sebuah unsur yang dapat merepresentasikan sebuah kata elegant dengan menceritakan setiap keunggulan (*storytelling*) yang dimiliki oleh alat kopi RED Presso melalui teknik videography dan juga photography.

Pada pengimplementasiannya penulis menggunakan video *ads* dengan medium Instagram *story ads* sebagai media utama serta *website*, Youtube *ads*, brosur, iklan majalah sebagai media sekunder yang penulis gunakan. Adapun media pendukung yang penulis gunakan berupa *merchandise*. Dari media-media yang disebutkan penulis telah menentukannya berdasarkan hasil penelitian observasi, wawancara, dan kuesioner yang penulis lakukan. Dapat diketahui melalui media tersebut membuat kegiatan berpromosi terhadap alat kopi RED Presso menjadi efektif dan efisien dalam menjangkau khalayak luas. Sehingga target audien dapat mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh alat kopi RED Presso serta tertarik untuk melakukan pembelian.

## 5.2. Saran

Dengan selesainya penelitian yang telah penulis lakukan terhadap sebuah perancangan promosi alat kopi RED Presso, penulis menyadari bahwa perancangan yang dibuat terdapat banyak kekurangan agar penulis dapat memperbaikinya dikemudian hari. Selain itu, penulis juga menyarankan melakukan pendalaman pada riset guna menentukan media-media yang *innovative* sehingga penyampaian sebuah pesan dapat lebih mudah dipahami dan tepat sasaran kepada target audien.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA