

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kopi saat ini telah menjadi tren yang membuat semakin banyak kafe yang buka. Semakin banyak juga kafe kompetitor yang muncul disekitar kafe Lemari Kopi sehingga membuat persaingan pasar menjadi lebih berat. Kafe Lemari Kopi juga masih kurang dalam melakukan kegiatan promosi. Dari masalah tersebut ditemukan juga bahwa kafe Lemari Kopi mengalami penurunan penjualan jika dibandingkan tahun pertama dibukanya. Masyarakat juga masih kurang mengetahui dan yakin untuk mengunjungi kafe Lemari Kopi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membuat promosi untuk kafe Lemari Kopi.

Penulis melakukan berbagai metode pengumpulan data agar mampu untuk membuat promosi yang lebih sesuai. Dilakukan kuisisioner, wawancara dan observasi untuk mengenali kafe Lemari Kopi dan masalah yang dihadapi. Penulis melakukan wawancara kepada owner, staf dan pengunjung dari kafe Lemari Kopi untuk mengenali tentang kafe Lemari Kopi lebih baik. Juga dilakukan wawancara kepada masyarakat yang belum pernah mengunjungi kafe Lemari Kopi untuk mengetahui alasan mereka dalam mengunjungi sebuah kafe. Setelah menemukan masalah yang dihadapi, penulis melanjutkan dengan membuat *mindmap* untuk

Mendapatkan *big idea*. Penulis juga mencari ESP, USP dan *insight* untuk membantu mengembangkan ide dari mindmap. Big Idea yang didapatkan yaitu "Rumah Sahabat Kedua" dengan dasar *keyword* yaitu *friendship*, *homies* dan *warm*. Dasar ide ini didapat karena rumah sahabat merupakan sebuah tempat selain dirumah untuk melakukan berbagai kegiatan dengan bebas dan nyaman. Ide ini memberikan gambaran seakan kafe Lemari Kopi menjadi seperti rumah sahabat yang lain. Media utama yang digunakan yaitu iklan Instagram dan iklan Youtube karena media tersebut merupakan media yang paling sering digunakan oleh target yang sesuai dengan batasan masalah. Promosi juga menggunakan media pendukung *web banner*, *Nomadicads*, *standing banner*, konten untuk Instagram *feeds*, serta *filter AR* untuk Instagram.

5.2 Saran

Pada perancangan promosi ini, terdapat berbagai hal yang dapat diperbaiki dan dikembangkan oleh penulis. Pada bagian karya, sebaiknya peletakan logo sangat diperhatikan karena akan sulit terlihat oleh *audience*. Serta memperhatikan kata-kata yang digunakan seperti penulis yang menyambungkan kata "di rumah" yang seharusnya dipisahkan. Pengukuran untuk kalimat yang digunakan juga perlu diperhatikan dalam mengerjakan sebuah desain. Promosi juga sebaiknya memperhatikan *call to action* dan peletakan untuk setiap media.

Visual dalam desain juga perlu diperhatikan, agar desain yang dibuat akan lebih sesuai. Seperti penulis yang menggunakan model hanya pria sementara target yang dicapai ialah pria dan wanita. Oleh karena itu objek utama dan pendukung dalam foto perlu diperhatikan dan menyesuaikan dengan target. Serta

memperhatikan detail-detail objek seperti gelas kopi yang menyesuaikan dengan gelas yang digunakan. *Storytelling* juga harus lebih diperhatikan karena dikemas dalam sebuah visual. Setiap visual dibuat mampu menyampaikan pesan yang akan disampaikan. Serta menampilkan suasana lebih baik karena suasana merupakan alasan orang mengunjungi kafe.

Penulis memiliki saran bagi yang akan mengambil tugas akhir mengenai promosi untuk mencari data lebih jauh dengan cepat serta mempertimbangkan tentang sumber masalah yang didapatkan. Penulis juga memiliki saran untuk mengenali produk dan pengguna yang akan dipromosikan agar promosi yang dibuat dapat lebih sesuai lagi dan dalam rencana yang baik.