

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Seven Beans Coffee adalah sebuah *cafe* di Kelapa Gading yang memiliki keunikan pada interior *rooftop* dan konsepnya yakni *cafe open-bar* dan kopi *custom*. Namun dengan segala keunikan yang dimiliki, Seven Beans Coffee memiliki kekurangan pada media promosi yang digunakan. Menurut hasil data dari metode kuantitatif, konten yang disajikan pada media promosi bersifat kurang komunikatif yang membuat target audiens ragu untuk datang ke *cafe*. Selain itu, berdasarkan hasil data yang didapatkan dari metode kualitatif, adanya mispersepsi yang terbangun dari media promosi *cafe*. Hal ini tentunya berdampak pada jumlah pengunjung *cafe* dan menurunnya *sales*. Oleh karena itu, diperlukan sebuah promosi yang dapat mengkomunikasikan *value* dan *unique selling point brand* dengan gaya yang sesuai dengan tren target audiens tanpa menghilangkan identitas *brand*.

Perancangan promosi Seven Beans Coffee dimulai dengan menciptakan sebuah gagasan ide yang akan menjadi pembeda dengan kompetitor lainnya. Ide yang telah ditetapkan yaitu “*A Carefree Day*” dimana ide tersebut dapat merepresentasikan *value* dan *unique selling point brand* dengan mempertimbangkan solusi dari permasalahan mispersepsi yang ada. Agar perancangan promosi dapat berjalan dengan baik, promosi akan berjalan dengan menggunakan alur promosi AISAS sehingga setiap tahapan akan memiliki capaian dan konsepnya masing-masing. Penentuan media pada setiap tahapan juga dipertimbangkan sehingga capaian promosi dapat tersampaikan dengan baik. Adapun media yang telah ditentukan antara lain media digital dengan media Instagram, Tiktok, *digital display ads*, dan Goscreen dan media cetak dengan media *street banner*, *stationery*, *standing banner*, dan *merchandise*.

5.2 Saran

Setelah melalui proses perancangan media promosi Seven Beans Coffee Kelapa Gading, adapun kesimpulan dan evaluasi yang dapat penulis pelajari yaitu:

1. Pada setiap perancangan desain, diperlukan sebuah analisis data dan penciptaan ide serta konsep yang unik yang menjadi pembeda dengan kompetitor lainnya. Ide tersebut harus dapat menjadi solusi kreatif yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ditemukan.

2. Perdalam pengetahuan dengan mempelajari teori-teori yang relevan dan melakukan implementasi teori pada perancangan yang dikerjakan. Adapun evaluasi yang dapat diterapkan pada perancangan desain selanjutnya bagi penulis yaitu dengan menerapkan prinsip *modular grid* dengan tepat atau dengan menempatkan elemen visual dalam modul.

3. Dalam penentuan media, pertimbangkan segala hal mulai dari kesinambungan desain dengan media hingga *budgeting*. Perancang juga dapat melakukan implementasi hasil desain dengan menerapkan pada *mockup*.

4. Proses akhir pada perancangan desain yaitu dengan melakukan analisis pada hasil desain yang telah dibuat. Bersikap kritis pada desain sendiri akan membuat perancang mempelajari hal yang harus dihindari dan diterapkan pada perancangan selanjutnya.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A