

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan ini bertujuan untuk merancang sebuah strategi promosi untuk kedai kopi Bijie Kopie yang berlokasi pada Ruko Financial Gading Serpong. Bijie Kopie memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan bersaing unggul dengan berbagai kompetitor. Namun dengan menjamurnya berbagai kedai kopi baru dengan konsep dan tawaran yang menarik serta kurangnya perhatian terhadap promosi kedai kopi Bijie Kopie mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung dari Bijie Kopie beberapa waktu ke belakang. Maka dari itu penulis melakukan perancangan strategi promosi untuk kedai kopi Bijie Kopie.

5.2 Saran

Dalam perancangan Tugas Akhir berupa perancangan strategi promosi untuk kedai kopi Bijie Kopie, tentunya masih banyak ruang bagi penulis serta bagi hasil rancangan desain untuk berkembang menjadi lebih baik. Diharapkan bagi pembaca atau calon peneliti lain yang akan mengembangkan atau mengambil tema sejenis dapat melaksanakan perancangan dengan lebih baik lagi kedepannya. Maka dari itu penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Memperdalam riset dalam menentukan topik yang akan diangkat sebagai Tugas Akhir atau Skripsi mengenai mengapa topik tersebut harus diangkat, solusi apa yang dapat ditawarkan dan mengapa solusi tersebut yang ditentukan, dan berbagai pertimbangan lainnya. Beberapa poin yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan topik diantaranya, memiliki ketertarikan terhadap topik, memahami masalah yang terjadi terhadap topik tersebut, dan sebagainya.
- b. Memperhatikan *timeline* Tugas Akhir atau Skripsi yang telah disediakan serta memperhatikan berbagai aturan dan ketentuan yang berlaku selama proses pelaksanaan Tugas Akhir atau Skripsi.

Selain saran yang diberikan penulis bagi pembaca, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh dewan dan ketua sidang untuk memperbaiki dan mengembangkan laporan serta karya Tugas Akhir di masa mendatang bagi seluruh pembaca atau calon peneliti yang akan melaksanakan penelitian dan atau perancangan dengan tema sejenis dengan lebih baik lagi kedepannya. Maka dari itu penulis merangkum saran dari dewan dan ketua sidang sebagai berikut:

- a. Dalam merancang suatu rangkaian strategi promosi, perlu dicantumkan logo atau identitas suatu perusahaan pada masing-masing media promosi sehingga perancangan tidak disalah artikan menjadi perancangan ulang identitas merek atau *rebranding*.
- b. Mengatur skala penggunaan *copywriting* pada setiap rancangan desain untuk masing-masing media sehingga komposisi desain secara keseluruhan tidak saling mendominasi dengan memperbesar atau memperkecil ukuran tipografi pada seluruh rancangan desain sesuai dengan kebutuhan.
- c. Memperhatikan dan meningkatkan keterikatan masing-masing media dengan mencantumkan nama dan atau media sosial yang dikelola oleh suatu perusahaan pada setiap media dalam perancangan strategi komunikasi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA