

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Saat ini perkembangan kafe semakin berkembang dan cukup pesat, hal ini dapat dilihat banyaknya kafe baru yang bermunculan. Perkembangan kafe juga menuntut kreativitas dalam proses perkembangan bisnisnya salah satunya adalah Sandwich Attack yang melakukan perkembangan bisnis dengan menerapkan konsep communal space atau ruang komunal yang didalamnya terdapat beberapa tenan seperti record store yang menjual piringan hitam dan juga cd dari band lokal maupun mancanegara, ada juga apparel store yang menjual pakaian, dan beberapa tenan lainnya. Semua itu merupakan sebuah konsep one stop shopping yang dimana dapat berbagai kegiatan pada satu tempat saja Berdasarkan hasil wawancara dengan Yosho selaku salah satu dari owner Sandwich Attack, adanya kebutuhan pasar yang kekurangan akan tempat berkumpul dengan konsep outdoor dan juga banyaknya pelaku seni yang minim akan wadah yang bisa menampung karya mereka di Tangerang seperti musik, seni rupa, dan lainnya, sehingga melihat potensi tersebut dan memenuhi kebutuhan anak-anak muda. Sandwich Attack adalah sebuah kafe yang berlokasi di Tangerang, berdiri pada tahun 2015 yang menjual berbagai macam makanan yang khususnya sandwich dan western food dengan tema garden kafe

Oleh karena itu, penulis membuat Perancangan Promosi Kafe Sandwich Attack di Tangerang kota. Promosi ini ditujukan kepada masyarakat Tangerang dan Jabodetabek dengan usia 18-25 Tahun, promosi dibuat dengan media utama berupa Instagram feeds, Instagram digunakan sebagai aplikasi promosi karena mayoritas target audiens penulis memilih dan menggunakan Instagram sebagai media sosial utama.

Penulis menggunakan metode perancang dari Robin Landa. Perancangan promosi kafe Sandwich Attack ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan awareness target audiens terhadap merk dagang Sandwich Attack.

5.2 Saran

Kepada rekan mahasiswa lain yang akan mengambil topik serupa yaitu perancangan promosi untuk kafe, sebaiknya pembaca sudah memiliki referensi desain promosi kafe lain dan pengetahuan mendalam tentang merk dagang yang akan digunakan dalam tugas akhir, hal ini dapat dimulai dari informasi media apa saja yang digunakan kafe lain dalam merancang promosi. Informasi tentang merk dagang bisa didapatkan melalui riset, observasi, dan wawancara dengan pemilik merk dagang. selain itu, penulisan kata yang baik dan benar juga menjadi hal yang penting dalam mengerjakan tugas akhir. Dalam melakukan perancangan desain hasil desain harus sesuai dengan target audiens yang dituju

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA