

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kafe Anivel Perspective merupakan kafe yang menyajikan berbagai minuman, dan memiliki menu kopi sebagai fokus utama. Selain menyajikan kopi, Kafe Anivel juga menyajikan minuman protein untuk menunjang kebutuhan anggota pusat kebugaran tempat KAP berada, yaitu Prime Fitness. Dikarenakan belum adanya media promosi yang mendukung untuk mempromosikan menu kopi di KAP, menu protein menjadi menu yang lebih populer daripada menu kopi, meskipun kopi adalah menu utama dari KAP. KAP memiliki potensi yang baik, serta segmen pasar yang menjanjikan sebagai target audiens untuk promosi menu kopi. Namun, belum ada upaya promosi kopi yang memanfaatkan media *in-store*, untuk menargetkan anggota Prime Fitness. Selama ini, upaya promosi yang dilakukan oleh KAP belum menggunakan media yang tepat, serta belum ada konsistensi visual dalam promosi yang dilakukan.

Pada perancangan promosi ini, penulis mengacu kepada metodologi perancangan dari Robin Landa dalam buku *Advertising by Design* (2010) yang memiliki enam tahap, yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Dalam pemilihan media yang akan digunakan, penulis juga menggunakan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) untuk melakukan pendekatan yang strategis kepada target audiens. Tahapan perancangan diawali dengan menjabarkan rumusan masalah dari perancangan yang dilakukan. Setelah itu, penulis menyusun tabel *creative brief* dan taktik pesan untuk menjabarkan tujuan dan target dari perancangan, serta langkah-langkah untuk mencapai tujuan. Setelah itu, penulis masuk ke dalam tahap *ideas*, di mana penulis menyusun sebuah *moodboard*, *brainstorming* ide dan membuat *mindmapping*. Setelah mendapatkan ide untuk dijalankan, penulis masuk ke tahap desain, di mana proses desain diawali dengan pembuatan sketsa kasar untuk menuangkan ide-ide yang ada, dan juga untuk mengolah ide-ide baru melalui sketsa kasar yang dibuat.

Dalam tahap desain, penulis merancang tiga buah poster, satu buah *T-banner*, *wayfinder*, brosur, *product display*, dan *merchandise*. Setelah desain sudah dibuat, penulis masuk ke tahap production dan implementation untuk mengevaluasi apakah media yang sudah dibuat, memenuhi peruntukannya atau tidak, serta menilai konsistensi visual yang sudah dijalankan dalam perancangan.

5.2 Saran

Setelah melakukan perancangan dan menjalankan tugas akhir, penulis telah menyusun beberapa saran bagi pembaca yang berencana untuk mengambil topik serupa, seperti promosi atau promosi kafe. Saran-saran yang dapat diberikan dari penulis kepada pembaca adalah untuk melakukan prospek dan angkat keunikan dari produk/jasa yang dipromosikan, sehingga dapat melakukan perancangan promosi dengan hasil yang maksimal dan dapat menarik target audiens secara tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan analisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT) untuk menjabarkan kekuatan yang bisa diangkat dalam perancangan promosi. Saran kedua, yaitu pemilihan media dapat disesuaikan dengan target audiens dan *customer behavior* dari target audiens, sehingga penulis harus melakukan riset, serta wawancara pendahuluan. Dengan melakukan wawancara pendahuluan, penulis dapat lebih leluasa dalam menyusun rumusan masalah dari perancangan tersebut.

Selain itu, saran lain adalah dalam hal penyusunan *timeline* yang tepat dan tidak menunda waktu dalam pencarian narasumber, sehingga dapat menghemat waktu peserta tugas akhir dalam melakukan tugas akhir, dikarenakan jadwal narasumber yang tidak bisa dipastikan. Saran terakhir adalah dalam hal pengerjaan desain, yaitu pemilihan *grid* yang akan digunakan pada desain dapat disesuaikan dengan komposisi dan elemen-elemen pada desain, sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan desain dan mengakomodir kebutuhan komposisi dan memenuhi kebutuhan kontinuitas, hirarki visual, dan kerapian visual. Saran yang telah diberikan oleh penulis diberikan berdasarkan pengalaman dan kesalahan yang telah dibuat oleh penulis, sehingga penulis dapat memberikan saran untuk peserta tugas akhir yang akan datang.