

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan terhadap pelaksanaan strategi promosi Palette Coffee & Space serta saran untuk pengembangan strategi ke depan. Kesimpulan diambil berdasarkan pencapaian target yang telah ditetapkan, efektivitas strategi yang diterapkan, serta tingkat keterlibatan audiens yang berhasil diraih. Selain itu, saran diberikan sebagai rekomendasi untuk perbaikan dan pengoptimalan strategi promosi agar semakin efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat identitas Palette Coffee & Space di kalangan Generasi Z.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis pelaksanaan program promosi Palette Coffee & Space, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil meningkatkan brand awareness di kalangan Generasi Z di Kota Semarang. Sebagai seorang *Creative*, penulis berhasil menjalankan seluruh tugas yang mencakup perencanaan konsep, produksi grafis, hingga evaluasi hasil promosi. Dalam perannya, penulis mampu memproduksi konten sesuai target yang telah ditetapkan, menyusun *copywriting* untuk *caption*, menciptakan desain grafis sebagai pendukung acara dan promosi, mendokumentasikan kegiatan selama acara berlangsung, serta merancang naskah secara garis besar untuk produksi konten. Selain itu, penulis juga berhasil memvisualisasikan desain sebagai media promosi yang efektif, sehingga turut berkontribusi dalam mendukung keseluruhan acara. Keberhasilan strategi ini dapat dilihat dari tercapainya tujuan utama, yaitu meningkatkan *brand awareness* Generasi Z di Kota Semarang sebesar 78,4 persen. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran merek Generasi Z terhadap Palette Coffee & Space mencapai 100 persen. Selain itu, program ini juga berhasil memperkuat pemahaman responden mengenai konsep *funky artsy*, di mana pemahaman terhadap konsep tersebut meningkat menjadi 39,2 persen. Hasil akhir menunjukkan bahwa 79 persen responden yang telah mengenal Palette Coffee & Space memahami konsep *funky artsy* yang diusung. Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan telah berjalan dengan efektif dan sesuai dengan tujuan

yang diharapkan. Implementasi strategi yang tepat dalam ranah desain grafis dan konten kreatif terbukti mampu meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat citra dan identitas Palette Coffee & Space di kalangan Generasi Z. Disisi lain, evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterlibatan audiens, baik melalui media sosial TikTok maupun dalam *event* yang diselenggarakan. Performa media sosial mengalami pertumbuhan yang positif, terbukti dari meningkatnya jumlah tayangan, interaksi, dan pengikut. Selain itu, tingkat kepuasan pengunjung terhadap acara yang diadakan juga sangat tinggi, dengan mayoritas peserta merekomendasikan Palette Coffee & Space kepada orang lain. Strategi berbasis media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, terbukti menjadi kanal promosi yang paling efektif, sementara pendekatan berbasis komunitas turut mendukung keberhasilan kampanye ini. Keseluruhan pencapaian menunjukkan bahwa program ini telah mampu meningkatkan *brand awareness* Palette Coffee & Space.

5.2 Saran

Untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas strategi promosi, beberapa saran dapat diberikan. Pertama, perlu dilakukan optimalisasi strategi konten media sosial dengan fokus pada format video yang lebih interaktif dan relevan dengan tren terkini. Kedua, perluasan kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL) dan komunitas lokal dapat menjadi strategi tambahan untuk meningkatkan jangkauan audiens. Ketiga, *event-event* offline yang telah berhasil dijalankan sebaiknya tetap diadakan secara berkala dengan konsep yang lebih inovatif dan menarik bagi Generasi Z. Terakhir, peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di tempat juga harus menjadi perhatian utama untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing Palette Coffee & Space di industri kafe.

5.3 Implikasi

Pelaksanaan program promosi Palette Coffee & Space memiliki implikasi yang signifikan dalam praktik desain komunikasi visual dan strategi pemasaran digital. Penerapan strategi berbasis media sosial, terutama melalui TikTok,

menunjukkan bahwa desain grafik bukan sekadar elemen estetika, tetapi juga berperan sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan identitas merek dan meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan memanfaatkan visual yang menarik dan strategi konten yang relevan dengan preferensi Generasi Z, Palette Coffee & Space berhasil meningkatkan *brand awareness* serta *engagement* secara signifikan. Selain itu, keberhasilan *Event Pop Up Market*, *Workshop With Berseri*, dan *Video Promotion Challenge #discoveryourpalette* menegaskan bahwa integrasi antara strategi online dan offline mampu menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi visual yang baik dapat membangun koneksi emosional dengan audiens, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya tarik suatu brand di tengah persaingan industri yang ketat. Temuan ini mengimplikasikan bahwa bisnis lain yang ingin menargetkan Generasi Z perlu mengadopsi strategi serupa dengan fokus pada pendekatan berbasis data, kreativitas visual, serta pemanfaatan platform digital yang tepat. Dengan mengoptimalkan desain komunikasi visual secara strategis, sebuah brand dapat mencapai efektivitas komunikasi yang lebih tinggi dan memperluas jangkauan audiens secara maksimal.