

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Menikmati secangkir kopi bukan merupakan hal baru di tanah air kita, mengingat Indonesia merupakan penghasil kopi terbesar keempat di dunia. Meminum kopi tidak hanya dilakukan oleh kalangan orang tua saja, kini para anak muda juga melakukan hal yang sama. Entah untuk menghilangkan rasa kantuk dan meningkatkan *mood* atau telah menjadi gaya hidup.

Usaha *coffee shop* memang menjanjikan sehingga tidak heran jika usaha ini sekarang sudah menjamur. Masing-masing usaha mempunyai strategi sendiri-sendiri dalam menarik calon konsumennya. *Coffee shop* yang dulunya hanya dinikmati untuk kalangan *elite*, kini bisa dinikmati kalangan manapun. Bahkan keberadaanya tidak sulit ditemukan.

Kedai Teduh Kenduri Kopi yang terletak di kawasan Jalan Gaharu, Kecamatan Medan Timur yang berdiri sejak tahun 2014 ini merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di Medan dengan pemiliknya bernama Ahmad Rifa'i. Kedai Teduh Kenduri Kopi yang berawal dari komunitas yang bergerak dibidang seni, sosial dan budaya. Kini sebagai tempat diskusi / media sambung rasa / wadah untuk saling bersilaturahmi, dengan harapan bisa sejenak meluangkan waktu untuk mengobrol tentang apa saja kepada sahabat, teman, saudara atau bahkan orang yang baru saja kita kenal sembari meminum kopi.

Kedai Teduh Kenduri Kopi selama ini belum banyak diketahui keberadaanya oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena lemahnya *visual branding* Kedai Teduh Kenduri Kopi kurangnya promosi yang dilakukan. *Image* Kedai Teduh Kenduri Kopi di benak masyarakat pun semakin tenggelam di tengah persaingan pasar yang semakin menjamur dan kompetitif sehingga mengakibatkan semakin menurunnya loyalitas konsumen terhadap Kedai Teduh Kenduri Kopi.

Melalui bentuk identitas visualnya disambut dengan baik seakan mengajak kita untuk masuk untuk menikmati berbagai kopi yang diracik menjadi sebuah minuman, bukan hanya itu tetapi sebagai wadah bercengkrama dan diskusi. konsistensi pun dipertahankan dalam pengaplikasian media promosi untuk menjaga integritas dari Kedai Teduh Kenduri Kopi.

Adapun hasil mengenai identitas visual baru yang dimiliki oleh Kedai Teduh Kenduri Kopi dinilai dapat meningkatkan antusias masyarakat untuk berkunjung sesambil menikmati racikan minuman kopi. Hal ini tentunya, akan berpengaruh baik terhadap *Coffee Shop* tersebut, yang dimana dapat meningkatkan profit dan citranya sebagai *Coffee Shop* yang sudah cukup lama dengan suasana *Coffee Shop* anak senja di Kota Medan tentunya.

V.2. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada Kedai Teduh Kenduri Kopi, yakni setelah penulis mendapatkan respon yang cukup baik dari penelitian yang telah dilakukan dimana identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi yang telah penulis desain dinilai dapat meningkatkan antusias masyarakat Kota Medan untuk

mengunjungi Kedai Teduh Kenduri Kopi, maka baiknya rancangan dari identitas visual Kedai Teduh Kenduri Kopi ini dapat diterapkan oleh pihak *Coffee Shop* dalam pengembangan Kedai Teduh Kenduri Kopi kedepannya agar tercapainya tujuan dalam mempromosikan Kedai Teduh Kenduri Kopi ke khalayak yang lebih luas lagi.