

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada *Coffee Shop Sans Kafe* tentang Komunikasi Artifaktual sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bisnis *Café* maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, dalam strategi komunikasi pemasaran Sans Kafe dengan menggunakan aspek komunikasi artifaktual seperti dekorasi ruang kursi gantung, tangga yang dihiasi tanaman, lampu yang memiliki dekorasi rumbai-rumbai kayu, hiasan tanaman dan bunga yang ada di tembok dan sebagainya, kemudian warna yang digunakan Sans Kafe dominan warna hijau dedaunan, coklat kayu-kayuan serta untuk menetralkan menggunakan warna abu-abu, selanjutnya pencahayaan yang digunakan Sans Kafe mampu menerangi area *indoor* maupun *outdoor* serta mampu menerangi dekorasi dan warna yang digunakan Sans Kafe, selanjutnya aspek pendukung yaitu audio & aroma yang digunakan Sans Kafe yakni menggunakan audio *Bluetooth speaker* dengan pemutaran lagu yang menyesuaikan dengan kalangan usia yang datang dan aroma teh yang menghangatkan atau membuat nyaman pelanggan. Untuk pakaian & aksesoris pada Sans Kafe tidak terlalu perlu diperhatikan jadi hal tersebut boleh menggunakan pakaian & aksesoris sesuai standar SOP yang sopan ataupun ingin menggunakan pakaian & aksesoris yang bebas atau terserah para barista yang bekerja di Sans Kafe tersebut. Aspek komunikasi artifaktual tersebut penting sebagai strategi komunikasi pemasaran karna dari dekorasi ruang yang digunakan memiliki nilai unik tersendiri di sekitar area Islamic Village dan sering sekali dijadikan latar untuk berfoto oleh ibu-ibu dan gengnya atau sekedar memotret *ambience* dari Sans Kafe saja tanpa ada muka dari seseorang tersebut atau bisa dibilang hanya ingin memotret segelas kopi dengan *ambience* dari Sans Kafe nya saja karna menurut Owner dan Manajer Sans Kafe hanya Sans Kafe saja yang memiliki dekorasi ruang dengan tema tanaman serta kayu-kayuan, aspek warna, pencahayaan serta audio & aroma pada Sans Kafe juga mendukung karna pencahayaan mampu menerangi

warna yang digunakan Sans Kafe sehingga *ambiance* Sans Kafe mampu terlihat estetik atau memanjakan mata dengan jelas.

B. Saran

- 1) Peneliti menyarankan kedepannya diharapkan adanya penelitian lebih mendalam serta lebih banyak lagi mengenai komunikasi artifaktual sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam sebuah bisnis *café*. Peneliti menyadari bahwasanya subjek pada penelitian ini hanya sebuah bisnis *café* yang tidak terlalu besar atau belum memiliki cabang lain yang bisa dikatakan lebih *simple* dibanding bisnis *café* yang jauh lebih besar dan memiliki cabang-dimana-mana. Peneliti berharap dalam penelitian selanjutnya terdapat penelitian yang dapat mendeskripsikan aspek komunikasi artifaktual lainnya atau lebih mendalam yang digunakan dalam bisnis *café* yang lebih besar.
- 2) Diharapkan Sans Kafe dapat mempertahankan serta selalu meningkatkan kualitas bahan dari segi Dekorasi Ruang, Warna, Audio & Aroma serta Pencahayaan. Untuk Pakaian & Aksesoris seorang barista tergantung dari SOP sebuah bisnis *café*. Selanjutnya mampu menyampaikan target pasar yang mereka rencanakan lebih luas lagi dalam mendatangkan pelanggan seperti meningkatkan kualitas konten atau membuat konten yang lebih beragam lagi kedepannya dalam mendatangkan pelanggan. Hendaknya Owner dan Manajer bisa lebih kreatif dalam membuat konten yang menampilkan visual yang menarik yang nantinya digunakan menjadi sebuah strategi komunikasi pemasaran dengan menampilkan aspek-aspek komunikasi artifaktual Sans Kafe secara keseluruhan dan dapat mendatangkan pelanggan lebih banyak lagi.