

BAB V KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Adanya perkembangan cara bekerja yang membuat cara bekerja lebih fleksibel dari sebelumnya membuat tantangan baru membuka opsi untuk pelaku usaha yang tidak ingin rugi karena harus membuat tempat kerja. *Coworking space* menjadikan solusi inovatif bagi para profesional, perusahaan, dan pelaku bisnis yang ingin bekerja di lingkungan yang fleksibel dan terbuka. Dengan fasilitas yang lengkap banyak orang yang belum mengetahui tentang keunggulan CO&CO dan menjangkau pengguna baru guna mendukung keberlanjutan cabang yang ada.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuesioner yang telah dilakukan, ditemukan bahwa CO&CO mengalami peningkatan jumlah pengunjung akhir-akhir ini. Dari data kuesioner yang melibatkan 56 responden, terungkap bahwa 75% responden sudah mengetahui apa itu CO&CO, namun hanya 7,1% responden yang pernah menggunakan layanan CO&CO. Dengan ini mengindikasikan adanya peluang besar untuk menjangkau pengguna baru di kalangan masyarakat yang belum mengenal atau menggunakan layanan CO&CO. Upaya untuk menjangkau pengguna baru ini dapat berdampak positif pada pertumbuhan pendapatan CO&CO sekaligus mendukung keberlanjutan operasional perusahaan. AISAS adalah model komunikasi pemasaran yang menguraikan lima tahap utama dalam proses interaksi antara konsumen dan merek, khususnya dalam era digital. Dengan menggunakan model AISAS, CO&CO dapat merancang strategi pemasaran yang komprehensif dan efektif, memastikan setiap tahap perjalanan konsumen diakomodasi dengan baik. Media yang cocok untuk memberikan informasi yang diberikan berupa media video iklan yang bertujuan untuk menjelaskan secara detail berbagai fasilitas yang tersedia di CO&CO. Video ini akan menampilkan keunggulan layanan serta fasilitas yang ditawarkan, dikemas dengan visual yang dinamis, narasi yang persuasif, dan musik latar yang mendukung suasana. Selain itu, video ini akan diproduksi dalam format vertikal 9:16 untuk optimalisasi tampilan di platform media sosial seperti Instagram Reels, Facebook Reels, dan

TikTok, serta untuk kebutuhan *website* dan YouTube. Pemilihan platform tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan calon pelanggan.

V.2. Saran

Dalam perancangan promosi ini diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik agar audiens dapat lebih mengenal CO&CO dan menarik calon pelanggan untuk meningkatkan dan mendukung keberlanjutan cabang CO&CO yang ada. Diharapkan untuk perancang ataupun pihak terkait berikutnya mampu menyempurnakan ruangan promosi ini dengan lebih mengikuti perkembangan tren di masa mendatang.