

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Pembuatan skripsi berbasis karya berupa *product profile* dengan judul tema “Social Bread untuk UMKM” ini menjadi suatu hal yang memberikan pengalaman berarti. Selama proses pembuatan karya ini, pelajaran yang diperoleh adalah lebih dalam lagi mengenai strategi pemasaran komunikasi di lapangan, dan menganalisis langsung tren yang sedang berlangsung.

Melalui karya ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa, dengan adanya *product profile* ini dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan. Bentuk kontribusi yang diberikan dalam hal meningkatkan *awareness* yang ingin dibangun bahwa Social Bread bukan sebuah agensi, melainkan *platform* pengelolaan sosial media. Selain itu, menambah edukasi kepada target audiens mengenai pentingnya untuk mengisi data perusahaan pada form yang disediakan saat melakukan check-out pada platform, terutama pada bagian *unique selling point* dan *what to communicate*.

Karya yang diproduksi dibagi menjadi dua yaitu *marketing collateral* dan video. Untuk *marketing collateral* yang terdiri dari poster, *flyer*, dan *point-of-purchase* menjelaskan mengenai layanan yang dimiliki oleh Social Bread sebagai sebuah *platform* dengan keterangan harga yang terjangkau yaitu mulai dari Rp 5.000.00,00. Pada *flyer* terdapat penjelasan singkat mengenai *platform* Social Bread, sehingga audiens yang menerima *flyer* mengerti dan menyadari bahwa Social Bread hanya sebuah *platform* pengelolaan sosial media berdasarkan paket-paket yang ada di *platform* dan tidak bersifat *customize*.

Tidak jauh berbeda dengan *marketing collateral*, untuk video yang diproduksi terdiri dari empat video yaitu tiga video berdurasi satu menit dan satu video berdurasi empat menit. Pada video yang berdurasi satu menit memiliki fokus penjelasan terlebih dahulu mengenai Social Bread dan langkah-langkah melakukan pesanan melalui platform Social Bread. Kemudian, untuk memperkuat tiga video yang diproduksi, video yang berdurasi empat menit menjelaskan mengenai

pengaruh Social Bread bagi UMKM yang membutuhkan bantuan untuk meningkatkan pemasarannya melalui pemanfaatan media sosial. Oleh karena itu, karya berupa *product profile* ini dapat membantu Social Bread selaku perusahaan untuk memandu audiens untuk lebih memahami perusahaan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Terdapat saran kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat menambah materi dalam mata kuliah. Materi yang dapat ditambahkan mengenai *brand identity* dan *brand guideline* ke dalam mata kuliah yang relevan seperti pada mata kuliah *Creative Media Production* atau *Integrated Brand Campaign*. Hal tersebut dikarenakan pada kedua mata kuliah tersebut mahasiswa diminta untuk membuat perencanaan sebuah strategi komunikasi pemasaran seperti kampanye dengan konten berupa *marketing collateral* dan video. Oleh karena itu, ketika materi *brand identity* dan *brand guideline* masuk ke dalam mata kuliah tersebut akan menambah pengetahuan mahasiswa ketika membuat sebuah strategi komunikasi pemasaran.

Hal tersebut dikarenakan ketika praktik di lapangan merancang karya ini dirasa penting untuk memperhatikan *brand identity*. Untuk mempertegas *brand identity* juga diperlukan *brand guideline* agar seluruh strategi yang dihasilkan melalui konten video maupun *collateral* mencerminkan sebuah perusahaan dengan seutuhnya. Dengan demikian, pesan atau informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara efektif dan mempermudah audiens untuk menerima pesan.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui karya yang telah dihasilkan ini, diharapkan Social Bread dapat secara konsisten untuk menggunakan pesan yang selaras saat membuat *product profile* untuk aplikasi Social Bread. Selain itu, diharapkan kepada perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dengan Social Bread dapat menjadikan program dari karya ini sebagai strategi komunikasi pemasaran yang dapat diaplikasikan.