

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Kampanye digital merupakan sebuah rangkaian komunikasi digital yang direncanakan dari waktu ke waktu untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. Begitu pula alasan yang mendasari pembuatan kampanye digital ini yang memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan *awareness of brand benefits* dari bisnis Pasar Modern Paramount agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Pada dasarnya, komunikasi menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak terkecuali di dalam dunia bisnis. Perusahaan perlu terus berkomunikasi dan membuat komunikasi tersebut menjadi menarik jika ingin membuat audiens terus berinteraksi dan tidak berpindah ke kompetitor lainnya. Salah satu hal yang perlu dikomunikasikan oleh Pasar Modern Paramount adalah kelengkapan dan keunikan dari pasar modern di Gading Serpong ini, di mana pasar modern ini beroperasi sebagai pasar pagi dan kafe tenda saat malam. Melalui kampanye pemasaran digital #MampirKePMP inilah, Pasar Modern Paramount akan mengkomunikasikan *brand benefits* dari Pasar Modern Paramount yang masih belum diketahui orang banyak.

Dalam prakteknya, kampanye digital ini tentunya direncanakan sebaik mungkin agar dapat berdampak sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Proses perencanaan ini terdiri dari tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Perancangan kampanye digital ini dimulai dengan melakukan analisis situasi, pemilihan nama dan perancangan kampanye, lalu melalui proses produksi, sampai ke tahapan pasca produksi dan evaluasi untuk mengetahui keefektifan dari kampanye digital yang telah dilakukan. Selama proses pembuatan tugas akhir berbentuk karya kampanye digital ini, ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan seperti mata kuliah Creative Media Production, Digital Graphic Communication, dan Visual Communication Design menjadi bekal dalam proses perancangan kampanye digital #MampirKePMP. Dengan berbekalkan ilmu yang

ada, penulis berhasil menyelesaikan kegiatan kampanye digital #MampirKePMP dengan mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu untuk meningkatkan *awareness of brand benefits* dari Pasar Modern Paramount sehingga dapat berdampak positif dalam meramaikan Pasar Modern Paramount, baik di pasar paginya maupun di kafe tenda malamnya.

5.2 Saran

Setelah menjalani proses pembuatan Tugas Akhir Berbentuk Karya ini, berikut merupakan saran yang dapat diberikan untuk kemudian dapat diperbaiki di kedepannya.

5.2.1 Saran untuk Universitas

Dalam mendukung berjalannya Tugas Akhir Berbentuk Karya ini, disarankan kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat menambah dan memperbanyak mata kuliah yang mendukung pilihan karya secara lebih luas dan menambahkan beberapa topik pembelajaran yang lebih detail seperti salah satunya adalah *Brand Book & Guidelines*. Selama menjalani program kerja dan penyusunan laporan tugas akhir, *brand book & guidelines* menjadi salah satu hal yang dibutuhkan dalam mengembangkan komunikasi brand yang tepat. Oleh karena itu, sangat disarankan kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat menambah ilmu dan wawasan mahasiswa dalam sektor tersebut.

Selain itu, berkaitan dengan pekerjaan maupun tugas karya selama di perkuliahan, sering kali dalam praktek *Marketing Communication* dibutuhkan kemampuan untuk mendesain secara kreatif. Jika boleh memberikan saran, akan lebih baik lagi bila Universitas Multimedia Nusantara dapat kembali memberikan dukungan berupa akses atau akun berbayar pada aplikasi desain yang diperlukan mahasiswa/i dalam praktek membuat desain seperti Adobe, Canva, dan lain sebagainya untuk mendukung kemampuan mahasiswa/i dalam mempersiapkan diri.