

## BAB V

### SIMPULAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

@infoumkm.bsds adalah media hiperlokal yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi para pelaku usaha di BSD, Gading Serpong, dan sekitarnya. Media ini memiliki tujuan utama untuk memberikan informasi yang relevan dan akurat kepada pelaku usaha di wilayah tersebut. Selain itu, kehadiran @infoumkm.bsds juga bertujuan untuk membangun komunitas yang diharapkan dapat menjadi wadah penghubung untuk para pelaku usaha di BSD dan Gading Serpong agar bisa saling terkoneksi.

Dalam merealisasikan tujuan tersebut, penulis merancang media @infoumkm.bsds menggunakan kerangka kerja design sprint yang terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *understand*, *diverge*, *converge*, *prototype*, dan *test*. Melalui tahapan-tahapan ini, penulis dapat mengidentifikasi kebutuhan audiens, mengembangkan ide-ide konten, membuat prototipe media, dan menguji efektivitasnya. Proses pembuatan @infoumkm.bsds berlangsung dari 22 Februari 2024 hingga 28 Mei 2024.

Dari semua tujuan yang penulis tetapkan di bab 1, semuanya berhasil tercapai, meskipun ada beberapa catatan kritik dan evaluasi. Pertama, media ini berhasil memberikan informasi yang relevan dan akurat kepada pelaku usaha di BSD dan Gading Serpong. Hal ini terbukti dari umpan balik positif yang diberikan oleh para pelaku usaha selama *beta testing*. Kedua, @infoumkm.bsds berhasil membangun komunitas *business owner* di BSD dan Gading Serpong.

Selain itu, semua target yang penulis tetapkan di bab 3 juga berhasil tercapai. Penulis berhasil membuat minimal satu konten dari masing-masing rubrik, yaitu rubrik Tenaga Kerja BSD GS, *Spotlight* Lapak BSD GS, Kebutuhan Bisnis BSD GS, Tips Bisnis BSD GS, *Event* Bisnis BSD GS, Diary Pengusaha BSD GS, *Opportunities at BSD GS*. Kemudian, Target *followers* Instagram sebanyak 200 dalam satu minggu pertama berhasil dilampaui dengan total 258 *followers*. *Engagement rate* Instagram mencapai 11.66%, jauh melampaui target

yang ditetapkan sebesar 5%. Komunitas di WhatsApp juga berhasil mengumpulkan 35 anggota aktif dalam satu minggu pertama, melebihi target awal yang hanya 20 anggota.

Meskipun begitu, ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan. Pertama, meskipun informasi yang disajikan sudah relevan, masih diperlukan peningkatan dalam hal visual untuk membuat tampilan media lebih menarik dan profesional. Kedua, perlu ada upaya lebih lanjut dalam melibatkan komunitas secara aktif dalam pembuatan konten. Ketiga, meskipun komunitas sudah terbentuk, diperlukan struktur kepengurusan yang lebih jelas untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas komunitas tersebut. Secara keseluruhan, @infoumkm.bsds telah berhasil mencapai tujuan dan kegunaan yang ditetapkan dalam pembuatan karya ini. Media ini tidak hanya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha, tetapi juga membangun komunitas bisnis yang kuat dan berkelanjutan di BSD dan Gading Serpong.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa @infoumkm.bsds memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di wilayah tersebut. Penulis berharap media ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi seluruh pelaku usaha di BSD dan Gading Serpong, serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil evaluasi dan pengalaman selama proses pembuatan dan pengembangan media @infoumkm.bsds, berikut beberapa saran yang dapat diterapkan oleh pihak lain yang ingin mengembangkan media hiperlokal serupa atau terlibat dalam mendukung komunitas bisnis lokal.

- a. Pihak-pihak yang ingin membangun media hiperlokal sangat disarankan untuk memiliki relasi yang baik dengan target audiens. Relasi yang baik ini penting agar pembuat media bisa benar-benar memahami isu-isu yang terjadi di masyarakat lokal. Dengan pemahaman yang mendalam, media

dapat menyajikan konten yang relevan dan bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan audiensnya.

- b. Manajemen waktu yang baik sangat diperlukan, penulis menyarankan untuk membuat *timeline* yang jelas karena pembuatan media hiperlokal melalui tahapan yang panjang dan memakan banyak waktu. Dengan manajemen waktu yang baik, setiap tahap dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas, sehingga media dapat diluncurkan dan beroperasi secara efektif dan efisien.
- c. Apabila memiliki *budget*, pendiri media dapat merekrut tim yang kompeten. Dengan adanya tim yang membantu, pendiri media bisa fokus pada pengembangan konsep dan strategi media.

