

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pembuatan video profil produk dan produk kolateral ini termasuk ke dalam strategi yang tepat untuk memperkenalkan produk terbaru secara lengkap dan terperinci. PT Serpong Cipta Kreasi membutuhkan profil produk tersebut adalah dengan tujuan agar produk dapat dikenal oleh calon konsumen yang bisa meningkatkan penjualan dan juga dapat meningkatkan *awareness* merek. Waktu yang dibutuhkan oleh perancang dalam membuat video profil produk dan produk kolateral dari awal hingga akhir adalah selama 14 minggu. Tujuan pembuatan produk-produk ini adalah untuk pemasaran secara *soft selling*, *hard selling*, dan juga untuk memberitahukan kepada audiens bahwa Summarecon Serpong launching produk terbaru.

Setelah selesai pembuatan profil produk, perancang melakukan evaluasi dengan *Google Form* yang dijawab oleh 24 responden dan produk yang paling banyak disukai oleh responden adalah *video product profile* yang disukai oleh 12 responden. *Video product profile* ini dikemas dengan cerita yang beragam dan terdiri dari 4 video yang bervariasi. Pada akhir penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa perancangan *product profile* untuk kluster Louise yang dikembangkan oleh PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) kurang efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan karena bagian produk kolateral kurang maksimal karena ada beberapa halaman dengan gambar yang kurang bagus. Penggunaan media sosial sebagai *platform* utama dalam menyebarkan *video product profile* ini juga terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Penelitian ini juga menegaskan pentingnya perancangan konten pemasaran yang terintegrasi dan berbasis data untuk mencapai hasil yang optimal. Kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan media yang dipilih memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan membangun keterikatan emosional dengan audiens (calon konsumen).

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Pada saat proses perancangan bisa dilakukan lebih ekstra lagi agar dapat menghasilkan karya yang lebih menarik lagi serta dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan teknologi atau alat-alat pendukung yang canggih untuk dapat bersaing dengan kompetitornya. Produk profil bisa dibuat dengan tampilan yang jauh lebih elegan dan menarik sehingga bisa menunjukkan bagaimana identitas yang ingin dibangun dari Summarecon Serpong ini.

5.2.2 Saran Praktis

Setelah dilakukannya evaluasi, *feedback* dari audiens dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi yang lebih sesuai dan efektif. Produk profil tersebut, dapat dikatakan sukses karena seperti sebuah cerita dan tidak terlihat seperti sedang mempromosikan suatu produk sehingga banyak yang menyukainya. Dengan demikian, hanya perlu visual dan penambahan efek yang menarik agar konsumen tidak bosan ketika menonton atau melihat produk profil namun memang kurang menunjukkan *brand identity* perusahaan. Selain itu, pada gambar yang digunakan pada produk kolateral ada beberapa desain visual yang masih kurang optimal. Beberapa elemen gambar yang digunakan kurang terstruktur dan kurang estetik karena ada beberapa gambar jika produk kolatreal dicetak maka akan terlihat pecah atau blur yang membuat kualitas gambar menjadi kurang sehingga perlunya perbaikan dengan memberikan *raw file* agar gambar yang digunakan jernih.