

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kamanijiva adalah UMKM yang bergerak di bidang *fashion* dan berlokasi di Tangerang Selatan. Perusahaan ini menjual gaun dan kebaya modern sebagai produk utamanya. Selain menjual gaun dan kebaya modern jadi, Kamanijiva juga menyediakan jasa *custom*. Jasa *custom* ini jarang ditemui dan memiliki potensi bisnis yang bagus. Akan tetapi sejak berdiri pada tahun 2021, *awareness* audiens terhadap Kamanijiva masih rendah. Hal ini terjadi karena Kamanijiva tidak memiliki tim yang dikhususkan dalam mempromosikan produk dan nilai unik mereka.

Jika *awareness* audiens Kamanijiva tidak meningkat, hal ini akan berdampak buruk bagi Kamanijiva, yaitu kebangkrutan. Untuk meningkatkan *awareness* dari audiens, Kamanijiva harus terlebih dahulu memiliki perencanaan konten-konten menarik yang dapat dijadikan sebagai media untuk mempromosikan produk dan keunikan mereka. Oleh karena itu Kamanijiva membutuhkan media promosi yang dapat meningkatkan *engagement* dan *awareness* dari audiens.

Setelah mengumpulkan data yang diperlukan dalam perancangan ini, dirumuskanlah sebuah media promosi berupa konten media sosial Instagram untuk mengkomunikasikan nilai-nilai unik yang dimiliki Kamanijiva kepada target audiens. Konten sosial media yang dirancang akan didukung dengan beberapa media lainnya, seperti *sticker (freebies)*, *pamphlet*, *web banner*, *TikTok Ads*, dan *YouTube Ads*. Dengan dirancangnya media-media tersebut, diharapkan kesadaran audiens akan *brand* Kamanijiva dapat meningkat dan angka penjualan Kamanijiva juga bisa ikut terangkat.

5.2 Saran

Banyak tahapan yang penulis lalui dalam mengerjakan perancangan media promosi ini. Dalam prosesnya penulis juga mendapat banyak masukan yang dapat membantu penulis dalam menyempurnakan karya yang penulis rancang. Oleh sebab itu penulis ingin memberikan saran kepada pihak lain yang ingin menjalankan perancangan yang serupa. Saran yang ingin penulis berikan diantaranya adalah:

1. Saran Teoretis

Perancangan ini bisa lebih dimaksimalkan lagi dengan melakukan riset yang lebih mendalam baik dengan melakukan studi literatur, ataupun memperdalam pengumpulan data seperti wawancara ahli di bidang *fashion* agar data yang penulis dapat bisa lebih kredibel dan memperkaya data-data yang bersangkutan dengan perancangan ini. Riset mengenai *branding brand fashion* bisa lebih diperdalam lagi dengan menganalisis lebih banyak *brand-brand* yang relevan, untuk memperkaya referensi penulis mengenai Langkah-langkah yang harus diambil ketika hendak mempromosikan sebuah produk atau *brand*.

2. Saran Praktis

Konten Instagram bisa dimaksimalkan lagi dengan membuat lebih banyak *carousel* yang memuat lebih banyak informasi, tidak hanya menampilkan *thumbnail* saja. Selain itu *call-to-action* pada media primer bisa ditambahkan untuk memancing Tindakan dari target audiens Dalam perancangan video *ads* banyak aspek yang dapat ditingkatkan, seperti resolusi video yang seharusnya bisa lebih tinggi, tidak terbatas di 720 *pixel*. Selain itu dari segi *voice over* (VO) dapat merekam *VO artist* dengan suara yang lebih jernih agar lebih terkesan profesional. *Stock footage* bisa lebih diperbanyak lagi untuk menampilkan *highlight material* yang digunakan untuk produksi pakaian atau *stock footage* ekspresi talent dari berbagai *angle*. Pada media *pamphlet* dapat dimaksimalkan lagi dengan memuat lebih banyak informasi, seperti alamat, *dress catalog*, dan lainnya.