

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

UMKM Warung Gudeg Jogja Tumaritis merupakan UMKM bidang kuliner di bawah naungan Pokdarwis Medang yang dikelola secara turun-temurun oleh keluarga, dan saat ini diteruskan oleh Pak Siswanto. Usaha ini menyediakan berbagai menu khas seperti gudeg, krecek, opor ayam, tahu tempe bacem, perkedel, serta lauk pelengkap lainnya. Dalam upaya mengembangkan usahanya, Pak Siswanto memiliki keinginan untuk memperluas jangkauan pasar, khususnya menasar kalangan muda dan orang-orang yang tinggal atau bekerja di kawasan BSD. Namun, media promosi yang digunakan saat ini masih sangat terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan media promosi dengan visual yang menarik agar dapat menjangkau dan menarik perhatian target audiens secara lebih efektif.

Perancangan media promosi untuk UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar dilakukan dengan menerapkan teori proses desain milik Robin Landa pada bukunya yang berjudul *Advertising by Design*. Teori ini akan mencakup enam tahap yaitu tahap *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Tahap *overview* adalah tahap dimana penulis akan mengumpulkan media informasi melalui observasi langsung ke lokasi UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar dan melakukan wawancara dengan Pak Siswanto. Berikutnya adalah tahap *strategy* dimana penulis akan membuat *creative brief*, membagi *jobdesc*, serta menentukan *timeline* kerja. Pada tahap *ideas*, penulis dan kelompok akan melakukan *brainstorming* serta *mindmapping* untuk menentukan konsep bagi UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar. Penulis dan kelompok sepakat untuk mengangkat tema tradisional namun ada sedikit sentuhan modern dan *simple* agar relevan dengan target audiens yang dituju. Setelah menemukan konsep, penulis Menyusun *moodboard*, *color palette*, dan *typography* yang akan digunakan agar hasil desain yang dibuat bisa konsisten dan menjadi identitas visual bagi Warung Gudeg Jogja Mas Damar. Setelah konsep sudah terbentuk, penulis mulai melakukan proyeknya

pada tahap *design*. Penulis membuat *content planning* dengan menerapkan tahapan AISAS agar pesan media promosi dapat tersampaikan dengan baik. Luaran dari media promosi meliputi desain *Instagram feeds*, *Instagram story*, spanduk, *xbanner*, dan poster. Penulis memulai dengan membuat sketsa kasar untuk mendapatkan gambaran visual dari masing-masing media promosi. Setelah itu penulis melanjutkan perancangan dengan menentukan grid yang dipakai agar bisa membuat layout yang rapi serta konsisten. Setelah grid sudah ditentukan, penulis melanjutkan perancangan desain yang nantinya akan diimplementasikan pada *mock up* sehingga bisa memberikan gambaran yang lebih jelas.

5.2 Saran

Setelah mengikuti kegiatan MBKM cluster proyek desa, penulis memiliki beberapa saran yang berguna untuk mengembangkan kegiatan MBKM, yaitu:

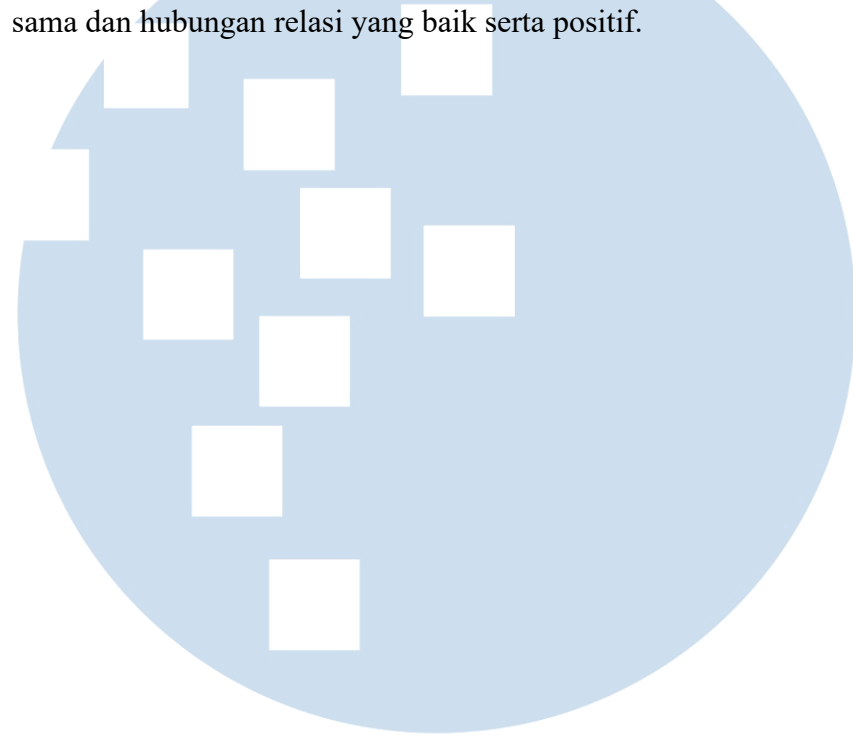
1. Dosen/ Peneliti

Melalui kegiatan MBKM Klaster Proyek Desa ini, penulis menyarankan agar para dosen atau peneliti dapat lebih mendalami pengaruh media promosi yang dirancang terhadap perilaku target audiens atau calon pembeli. Pemahaman yang lebih dalam mengenai efektivitas media promosi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh target sasaran. Dalam proses perancangannya, penting pula untuk memperhatikan dan menggunakan tahapan yang tepat agar media promosi dapat bekerja secara optimal dan terarah. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk selalu memperhatikan *client brief* serta *creative brief* yang telah ditentukan oleh klien, agar hasil desain dapat memenuhi ekspektasi klien dan selaras dengan identitas dan nilai merek yang diwakilinya. Hal ini akan membantu menciptakan komunikasi visual yang lebih kuat dan profesional.

2. Universitas

Melalui kegiatan MBKM *cluster* Proyek Desa ini, penulis menyarankan agar universitas dapat menyimpan dan menjaga hasil laporan kegiatan yang

sudah dibuat oleh penulis sebagai arsip akademik dan referensi bagi mahasiswa lainnya. Selain itu, penulis juga menyarankan kepada pihak universitas, pokdarwis Medang, dan warga desa sekitar untuk menjaga kerja sama dan hubungan relasi yang baik serta positif.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA