

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada kegiatan Cluster MBKM Proyek Desa yang telah dilaksanakan oleh penulis dan kelompok, dapat diketahui bahwa beberapa UMKM di bawah naungan Pokdarwis Medang mengalami permasalahan identitas dan promosi yang belum dilaksanakan secara optimal. Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan adalah Satou Cookies, sebuah toko roti dan kue kering yang mengalami permasalahan promosi produk. Hal ini ditunjukkan oleh keterbatasan *brand awareness* Satou Cookies yang hanya dikenal oleh orang-orang sekitar komplek pemilik. Selain itu, penggunaan media sosial Satou Cookies juga belum dilaksanakan dengan optimal dengan kurangnya konsistensi strategi konten dan tampilan visual yang kurang harmonis. Misalnya pada *font* ataupun warna pada media promosi Satou Cookies. Sehingga, solusi yang ditemukan adalah perancangan media promosi UMKM Satou Cookies di Pokdarwis Medang.

Perancangan ini dilaksanakan dengan enam tahapan dan dimulai dengan pengumpulan data mengenai Satou Cookies. Dengan pengolahan data, penulis kemudian merancang *big idea* yakni *heartfelt bites* yang menekankan pada pesan kehangatan dan kelembutan bagi Satou Cookies. Konsep ini kemudian divisualisasikan menjadi media promosi berdasarkan strategi AISAS. Media yang digunakan meliputi media cetak seperti poster, *x-banner*, dan juga brosur untuk membantu promosi *offline*. Kemudian, digunakan juga media digital seperti Instagram *post* ataupun *story*. Dengan adanya solusi perancangan ini, diharapkan UMKM Satou Cookies memperoleh media promosi dengan penyampaian yang lebih menarik dan efisien, sehingga UMKM dapat berkembang dan menjangkau pasar lebih luas. Selain itu, dengan menggunakan AISAS dan perancangan media promosi ini, UMKM Satou Cookies terbukti telah memiliki perancangan konten yang lebih strategis dalam berbagai jenis media, serta memiliki tampilan visual yang konsisten dan proporsional sesuai dengan identitas visualnya.

5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Cluster MBKM Proyek Desa, dapat diperoleh beberapa saran bagi pelaksanaan kegiatan serupa ke depannya.

1. Dosen/Peneliti

Bagi dosen/peneliti yang akan melaksanakan perancangan media promosi UMKM serupa, penulis memberikan saran untuk lebih memperhatikan media eksisting yang telah ada. Hal ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman konten promosi yang dibutuhkan oleh UMKM. Secara khusus untuk melaksanakan perancangan media promosi, penulis juga menyarankan untuk melaksanakan riset secara berkala mengenai tren-tren yang sedang beredar pada media sosial sebagai bahan pertimbangan. Hal ini dilakukan untuk memastikan jenis media dan juga konten promosi tetap relevan dan menarik bagi pelanggan UMKM.

2. Universitas

Bagi pihak universitas, penulis memberikan saran agar dapat menggunakan laporan MBKM ini sebagai media pembelajaran. Sehingga laporan dapat menjadi bentuk referensi akademik bagi mahasiswa lainnya yang akan melaksanakan proyek desa serupa di masa yang akan datang. Selain itu, pihak universitas disarankan untuk tetap menjalin hubungan kerja sama dan mempertahankan alur komunikasi yang baik dengan pihak pengurus UMKM, khususnya Pokdarwis Medang dalam pelaksanaan MBKM untuk keperluan pengurusan data desa.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A