

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Kegiatan MBKM Proyek Desa Curug Sangerang memberikan penulis pengalaman yang berharga dan membangun perkembangan penulis sebagai seorang desainer, terutama mengenai pentingnya media promosi untuk perkembangan usaha. Melalui kegiatan ini, penulis mengetahui bagaimana media promosi menjadi tidak optimal dan tidak dapat membangun citra usaha yang lebih menonjol. Hal disebabkan oleh minimnya pengetahuan pemilik UMKM mengenai pentingnya perancangan media pemasaran yang menggunakan strategi komunikasi visual yang efektif. Namun hal ini tidak menghentikan kerja sama antara penulis dan pemilik UMKM karena keinginan untuk menghasilkan media promosi dengan strategi komunikasi visual yang lebih efektif agar pemasaran produk dapat dilakukan dengan baik dan relevan dengan target UMKM. Melalui desain yang telah penulis ciptakan dengan kelompok dan pemilik UMKM, penulis berharap masyarakat sekitar UMKM dapat mengerti pentingnya perancangan media promosi sesuai strategi komunikasi visual untuk sebuah usaha dan dapat meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap hal tersebut.

#### **5.2 Saran**

Selama melakukan kegiatan MBKM Proyek Desa di Curug Sangerang, penulis menemukan beberapa kendala. Namun penulis dapat menyelesaikan kendala tersebut dengan baik melalui solusi-solusi yang ditemukan penulis. Untuk mendorong perkembangan MBKM Proyek Desa, penulis berkeinginan untuk memberikan saran. Penulis berharap saran tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk MBKM Proyek Desa yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut merupakan saran yang penulis harapkan untuk dijadikan pertimbangan.

##### **1. Saran Teoritis**

Untuk menyelesaikan kegiatan MBKM Proyek Desa, penulis menggunakan teori yang diciptakan Robin Landa untuk menciptakan desain

media yang menyampaikan pesan promosi dengan efektif. Namun penulis juga mengalami beberapa kesulitan dalam pengimplementasian teori ini karena teori Robin Landa berfokus kepada strategi visual sehingga aspek emosional desain yang dapat membangun hubungan dengan target pasar pun tertinggal. Untuk menambahkan aspek emosional pada media, penulis menyarankan untuk mencari elemen visual dengan makna-makna yang sesuai dengan UMKM agar desain juga dapat menciptakan ketertarikan emosional dengan target pasar. Hal ini juga dapat didorong dengan penggunaan teks pada media.

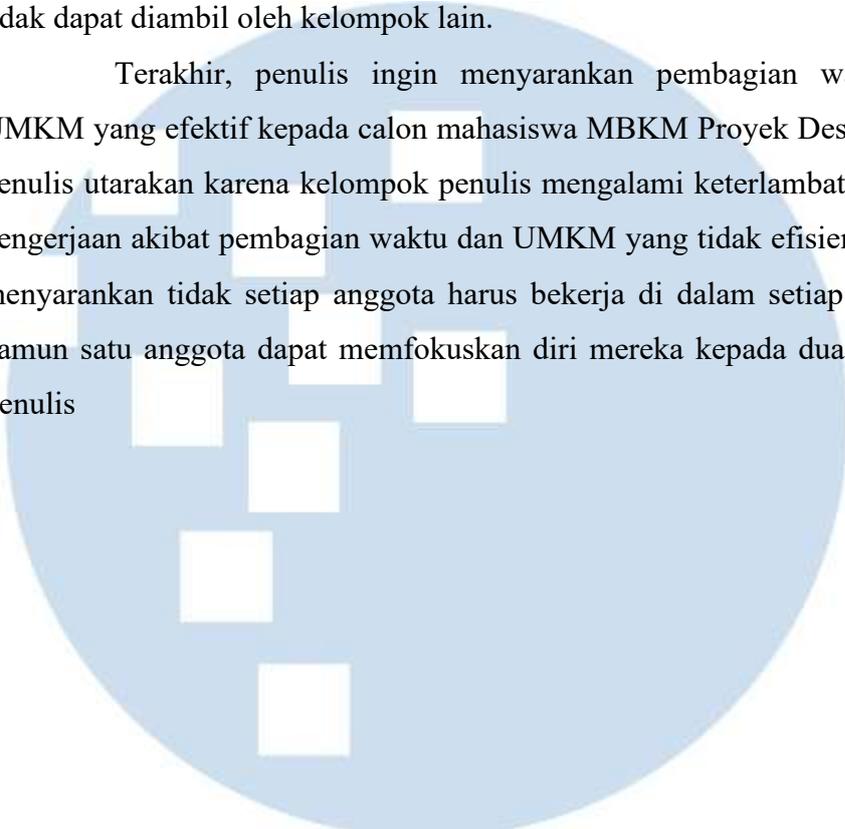
## 2. Saran Praktis

Selama melakukan kegiatan MBKM Proyek Desa, penulis mengalami kendala untuk berkomunikasi mengenai desain dengan pemilik UMKM. Hal ini disebabkan oleh minimnya wawasan pemilik UMKM mengenai desain yang baik dan efektif. Untuk menghadapi hal ini, penulis menyarankan penggunaan pertanyaan yang lebih rinci seperti ‘Apakah warna yang ditampilkan sudah menarik untuk ibu/bapak?’ atau ‘Apakah ibu/bapak memiliki hal yang ingin ditambahkan atau dikurangkan?’. Pertanyaan-pertanyaan yang lebih rinci akan membantu pemilik UMKM untuk memberikan pendapat dan masukan mereka untuk media yang telah diciptakan.

Kemudian di awal kegiatan berlangsung, penulis mengalami kesulitan untuk melakukan kontak ataupun pertemuan dengan salah satu pemilik UMKM. Hal ini diakibatkan oleh ketidakhadiran UMKM di Serpong dan hal ini tidak diketahui oleh pihak mana pun. Penulis ingin menyarankan adanya jadwal yang diberikan kepada UMKM yang menjadi mitra kerja agar hal ini tidak terjadi kepada calon pengikut MBKM di masa depan. Kemudian, penulis juga ingin menyarankan untuk disediakannya UMKM cadangan agar tidak ada waktu yang terbuang untuk mencari UMKM pengganti. Selain itu, penulis juga menyarankan adanya list UMKM yang paten dan aturan yang

menyebutkan bahwa UMKM yang sudah menjadi milik sebuah kelompok tidak dapat diambil oleh kelompok lain.

Terakhir, penulis ingin menyarankan pembagian waktu dan UMKM yang efektif kepada calon mahasiswa MBKM Proyek Desa. Hal ini penulis utarakan karena kelompok penulis mengalami keterlambatan proses pengerjaan akibat pembagian waktu dan UMKM yang tidak efisien. Penulis menyarankan tidak setiap anggota harus bekerja di dalam setiap UMKM, namun satu anggota dapat memfokuskan diri mereka kepada dua UMKM.  
Penulis

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape composed of several white squares arranged in a grid-like pattern.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA