

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Luaran dari *product profile* aplikasi Styles berupa video durasi 1 menit versi 2 dan versi 2 telah dipublikasikan melalui akun Instagram @styleslippomalls yang dikolaborasikan dengan @enjoy.zu. *Marketing collateral product* dipublikasikan dalam bentuk digital di *story* Instagram berdasarkan permintaan dari pihak perusahaan. Sedangkan video durasi 1 menit versi 3, video durasi 4 menit, dan *merchandise* menjadi bahan materi promosi yang akan digunakan oleh perusahaan di kemudian hari. Perancangan ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dimana, pra produksi dilakukan analisis situasi, menentukan target audiens, menentukan konsep, membuat *storyline*, *storyboard*, dan *shot list* serta membuat linimasa. Tahapan produksi dibagi menjadi produksi *product profile video* dan produksi *marketing collateral product* dan *POSM*. Tahapan *pasca produksi* dilakukan *editing* video, *finishing marketing collateral product* dan *POSM* serta evaluasi.

Berdasarkan evaluasi ke pihak eksternal dan internal, perancangan ini berhasil mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. *Product profile* Styles menjawab kebutuhan perusahaan untuk memiliki media komunikasi visual dan alat promosi yang mendukung strategi komunikasi pemasaran. *Product profile* juga dapat membangun *attention* target audiens mengenai tampilan dan *benefit* terbaru Styles. Akan tetapi, *attention* yang dicapai baru sampai tingkat *recognition*. Hal ini dilihat berdasarkan hasil evaluasi instrument yang berhubungan “*product profile* mendorong untuk lebih mengetahui Styles”, mayoritas responden memilih “setuju” atau “sangat setuju”. Sehingga dapat dikatakan bahwa target audiens masih ditahap mengenal perubahan di aplikasi Styles dan mulai tertarik untuk lebih mengenal Styles. Melalui evaluasi, perancang juga menyimpulkan bahwa *product profile video* lebih efektif menjangkau audiens usia 18-34 tahun dan *marketing collateral* efektif menjangkau usia 18-45 tahun. Selain itu, beberapa hal perlu ditingkatkan

dalam perancangan mengenai penyampaian pesan dan elemen pendukung (desain dan kualitas *editing*). Dengan demikian, hal ini dapat menjadi saran untuk perancangan selanjutnya.

5.2 Saran

Saran perancang terhadap perancangan karya *product profile* aplikasi Styles milik PT Lippo Malls Indonesia sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan beberapa yang perlu ditingkatkan dalam hasil karya perancangan *product profile* ini, perancang memberikan saran untuk perancang selanjutnya dapat memahami lebih dalam mengenai perbedaan jelas antara *product profile* dan konten sosial media. Hal ini bertujuan agar hasil lebih layak untuk menunjukkan “*product profile*”. Selain itu, perancang selanjutnya juga perlu memahami bagaimana penyampaian pesan yang efektif untuk target audiens, dasar yang kuat dalam desain grafis dan teknik-teknik dalam produksi video. Dengan demikian, tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi dapat terlaksana dengan baik sehingga menghasilkan hasil yang lebih baik dan efektif,

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan evaluasi *insights* dari Instagram dalam perancangan ini, perancang memberikan saran kepada perusahaan, aplikasi *rewards* lainnya, atau mahasiswa yang ingin melakukan tugas akhir bahwa *product profile* dalam bentuk video lebih efektif menjangkau usia 18-34 tahun. Sedangkan, *product profile* dalam bentuk *marketing collateral product* khususnya poster dan *flyer* efektif untuk menjangkau usia 18-45 tahun. Sehingga untuk perancangan selanjutnya dapat dipertimbangkan mengenai bentuk *product profile* untuk target audiens tersebut. Dengan demikian, perancangan dapat menghasilkan *product profile* yang lebih efektif.