

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Perancangan karya *product profile Extrait de Parfum Secret Garden* dilatarbelakangi oleh kebutuhan brand untuk memperkenalkan lini produk parfum baru kepada audiens melalui media komunikasi visual yang informatif dan terarah. Secret Garden sebelumnya lebih dikenal melalui kategori produk lain, sehingga diperlukan media yang mampu menjelaskan karakter, keunggulan, dan informasi produk *Extrait de Parfum* secara jelas agar dapat dipahami oleh audiens. Product profile dipilih sebagai bentuk karya karena memiliki fungsi utama sebagai media komunikasi pemasaran yang menyajikan informasi produk secara visual dan sistematis.

1. *Product profile Extrait de Parfum Secret Garden* dirancang sebagai media komunikasi visual yang menyajikan informasi produk secara komprehensif, meliputi jenis produk, varian, keunggulan, dan karakter aroma, sehingga membantu audiens mengenal produk secara lebih jelas.
2. Karya *product profile* diwujudkan dalam bentuk empat video dengan pendekatan visual yang berbeda, yaitu tiga video berdurasi satu menit dan satu video berdurasi empat menit, serta media pendukung *marketing collateral* seperti poster, flyer dan *point of purchase*.
3. Distribusi video *product profile* dilakukan melalui media sosial TikTok sebagai saluran komunikasi utama, dengan tujuan mendukung peningkatan awareness terhadap produk *Extrait de Parfum Secret Garden* di kalangan audiens digital.

Meskipun demikian, karya *product profile* ini memiliki beberapa keterbatasan. Periode evaluasi dilakukan dalam durasi yang relatif singkat sehingga belum dapat menggambarkan dampak komunikasi dalam jangka panjang. Selain itu, indikator evaluasi yang digunakan masih terbatas pada metrik digital seperti *reach* dan

engagement, tanpa disertai pengukuran brand awareness secara langsung melalui instrumen *recall* dan *recognition*. Keterbatasan akses dan kebijakan internal brand juga menjadi kendala dalam melakukan evaluasi lanjutan, seperti wawancara audiens atau penggunaan media pendukung berbasis barcode.

5.2 Saran

Terdapat saran akademis dan praktis yang diberikan setelah proses pembuatan karya dilakukan, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Pembuatan *product profile* ini berkaitan dengan mata kuliah *Creative Media Production* dalam pembuatan video dan mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* dalam pembuatan *marketing collateral*. Mata kuliah ini membantu penulis dalam merencanakan ide dan pembuatan konten dengan komunikasi yang sesuai. Namun, terdapat beberapa saran untuk universitas adalah pada mata kuliah *Creative Media Production* dapat memberikan pembelajaran yang lebih detail dalam pembuatan video seperti penerapan *image* dan ciri khas *brand* dalam pembuatan konten. Kemudian, pada mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* diharapkan dapat memberikan pembelajaran lengkap dalam pembuatan *marketing collateral* seperti struktur *copy* yang bisa digunakan pada setiap media.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam pembuatan *product profile* video dan *marketing collateral*, penulis menyadari bahwa masih ada beberapa hal yang bisa dikembangkan. Perusahaan seharusnya dapat membuat konten yang *related* dengan kegemaran masyarakat dan menggabungkannya dengan karakter *brand*. Selain itu, diharapkan banyak menunjukkan keunikan dan keunggulan produk dibandingkan *brand* lain dengan kalimat yang menarik dan terikat dengan hubungan emosional dengan audience sehingga dapat membantu menciptakan *brand awareness*. Selain itu, tetap menggunakan *citra* dan *image brand* dalam pembuatan konten agar dapat memperkenalkan *brand* serta produk yang lebih kuat.