

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram sebagai inovasi media promosi bagi UMKM Putri Wilis yang telah dibuat, maka menghasilkan kesimpulan:

- a. Konsep perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram pada produk Sirup Putri Wilis menggunakan warna yang memberikan kesan kesegaran, alami dan organik, *font* yang tegas, dan elemen grafis simpel. Dengan menghadirkan desain yang sederhana namun tetap lebih menarik dan juga kreatif. Target *audience* dari perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram ini sendiri adalah kalangan remaja hingga dewasa baik *audience* secara fisik maupun secara digital yang ada di Kota Madiun dengan status sosial menengah. *In store media* sebagai media promosi dan sarana penyampaian informasi dipergunakan dalam acara-acara tertentu yang diikuti oleh UMKM Putri Wilis seperti pameran ataupun bazar dan konten kreatif Instagram digunakan untuk memberikan edukasi maupun informasi bagi *audience* digital.

Template feeds Instagram juga dibuat dengan warna-warna cerah

yang menggambarkan kesegaran dari Sirup Putri Wilis diimbangi dengan informasi-informasi yang diberikan serta konten yang komunikatif sehingga lebih terkesan dekat dengan audience.

- b. Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti pensil, kertas, dan spidol. Selain itu juga menggunakan perangkat keras (*hardware*) seperti laptop, *handphone*, serta perangkat lunak (*software*) berupa program grafis *Adobe Photoshop CS6* dan *Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem digital *printing* dan sablon.
- c. Baik *in store media* dan konten kreatif Instagram yang dipilih dapat menjawab kebutuhan permasalahan media promosi dari produk UMKM Putri Wilis yaitu Sirup Putri Wilis. Seperti label kemasan yang baik sehingga dapat memberikan informasi sekaligus mencitrakan perusahaan (UMKM), *hang tag* produk yang digunakan sebagai media dalam mengapresiasi konsumen yang telah memilih produk Sirup Putri Wilis, brosur sebagai media penyampaian informasi mengenai produk, dan X-banner sebagai media dalam edukasi dan informasi bagi *audience* pada acara-acara tertentu yang diikuti oleh UMKM Putri Wilis, shopping bag dan point of purchase sebagai media bagi produk hingga sampai ke tangan konsumen serta konten Instagram yang juga dapat menjangkau *audience* secara digital.

2. Saran

Terkait dengan perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram sebagai inovasi media promosi bagi Produk Sirup Putri Wilis, maka perlu memperhatikan hal-hal berikut :

- a. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi dan multimedia, skripsi aplikatif hendaknya diadakan sarana untuk belajar merancang sebuah media yang kreatif dan kemudian divisualkan dengan konsep yang telah dirancang dan sesuai dengan kaidah dan teori penerapannya, sehingga menjadi sebuah karya yang memiliki kualitas sebagai acuan pembelajaran akademik.
- b. Bagi pengelola UMKM Putri Wilis selaku tempat produksi Sirup Putri Wilis, diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi baik secara *offline* maupun *online*, dan lain sebagainya agar usaha promosi menjadi lebih maksimal, karena media-media tersebut merupakan sarana berkomunikasi, menyampaikan informasi kepada konsumen. Sehingga dapat meningkatkan kuantitas penjualan dari Sirup Putri Wilis.