

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa perancangan desain visual konten Instagram UMKM Kesusu merupakan media promosi yang cepat dan mudah dijangkau untuk meningkatkan awareness sekaligus mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari calon konsumen.

Dalam pertumbuhan produk salah satunya untuk media komunikasi. Proses yang dilakukan dalam perancangan dimulai dengan identifikasi, analisis, dan menentukan konsep perancangan. Perancangan Desain konten Instagram, template story dan highlight menggunakan elemen desain yang sama untuk menghasilkan desain yang konsisten dan menjadi kesatuan yang utuh, yaitu menggunakan warna kuning dan jingga kecoklatan sebagai warna primer dan putih sebagai warna sekunder. Kesusu sendiri memiliki keunggulan sebagai minuman yang menyegarkan dan menyehatkan. Konten feed Instagram yang terdiri dari foto produk, informasi produk, konten produk UMKM Kesusu, serta ucapan memperingati hari besar. Saat merancang media promosi suatu produk perlu dilakukan pengumpulan data terperinci yang mendalam baik itu dari produk yang akan dirancang maupun produk milik kompetitor. Penulis juga perlu memahami manfaat dan keunikan produk, sehingga penulis dapat mengubahnya menjadi desain yang dapat membedakan dari para pesaingnya. Dengan demikian, desain konten Instagram berperan efektif dalam mengkomunikasikan dan mempromosikan informasi produk UMKM Kesusu.

## 5.2 SARAN

Beberapa saran yang dapat disampaikan penulis berdasarkan perancangan yang dilakukan dalam pembuatan konten promosi sosial media instagram untuk mengembangkan perancangan atau sebagai referensi dalam menggunakan pemasaran digital melalui media sosial adalah sebagai berikut :

1. Bagi para calon wirausahawan, digital marketing pada titik ini bisa menjadi referensi untuk menyusun strategi pemasaran untuk bisnis yang dikelola. Hal ini dikarenakan dunia teknologi informasi semakin berkembang dan masyarakat cenderung menikmati akses ke perangkat digital, menjadikannya peluang besar untuk menjual produk dan layanan.
2. Memperluas pasar konsumen. Strategi pemasaran digital yang dapat ditingkatkan dengan media sosial lainnya seperti iklan Facebook, Youtube, Google Plus, portal iklan di tempat dan media digital lainnya untuk menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk UMKM Kesusu.
3. Penulis dapat menggunakan tema desain untuk menilai efektivitas usaha kecil lainnya yang tidak dioptimalkan dalam praktik pemasaran digital yang mereka terapkan. Hal ini nantinya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap kepentingan utama perusahaan.