

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengenalkan produk-produk Marisa *Food* kepada masyarakat secara lebih luas, serta sebagai bentuk dukungan untuk memajukan UMKM lokal. Serta sebagai media komunikasi terhadap pelanggan dengan harapan dapat menumbuhkan kepercayaan mengenai produk-produk yang dihasilkan Marisa *Food* kepada pelanggan. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *feed* Instagram.

Penulis merancang konsep desain *feed* dengan gaya desain yang minimalis, serta penggunaan warna yang sesuai pada logo perusahaan Marisa *Food*. Konten yang telah dirancang penulis berisikan tentang produk-produk Marisa *Food*, informasi seputar ikan lele, testimoni dan mini *games*. Selain itu, terdapat media-media pendukung berupa *x-banner*, buku katalog, *apron* serta *paper bag*.

Konten-konten yang telah diunggah pada akun *Instagram* Marisa *Food* dapat mempengaruhi *insight* dari audiens. Setelah konten yang dirancang oleh penulis diunggah, akun *Instagram* Marisa *Food* mengalami kenaikan, dan akan terus berubah seiring dengan waktu tertentu.

#### 6.2 Saran

Dalam merancang media promosi sebuah produk atau perusahaan, perlu dilakukan pengumpulan data, baik itu data produk yang menjadi objek yang dirancang maupun produk kompetitor. Perlu dilakukan analisis data lebih mendalam untuk menentukan media promosi yang tepat. Serta, untuk mencari keunikan dari produk yang dirancang, sehingga desain yang dirancang akan mengenai target yang telah ditentukan.