

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Perancangan Desain Feed Instagram UMKM Jancok crispy di Slawi, Tegal telah dilakukan. Proses perancangan ini diawali dengan melakukan penelitian yang dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan analisis SWOT dengan penjabaran pada matriks SWOT. Data tersebut digunakan untuk mencapai tujuan penelitian diantaranya, yaitu:

1. Untuk meningkatkan jangkauan market yang lebih luas untuk Brand  
UMKM JANCOK CRISPY
2. Untuk meningkatkan penjualan brand UMKM JANCOK CRISPY  
Melalui hasil perancangan desain *feed Instagram*.

Untuk mengetahui langkah pembuatan rancangan Konten desain *feed Instagram* dengan mempertahankan ciri khas UMKM JANCOK CRISPY. Dalam proses perancangan ini melalui beberapa Langkah sebelum konten desain *feed Instagram* akan diunggah, diantaranya yaitu:

1. Riset dan perencanaan, perencanaan, pada tahap ini dilakukan pencarian referensi akun yang sejenis, riset target audiens, menentukan tujuan dan strategi, dan menentukan *tone* dan *manner*.
2. Pembuatan konten desain *feed Instagram*, pada Langkah ini

dimulai dengan pengumpulan dan pengembangan ide konten, penyusunan pesan dan *copywriting*, pengumpulan dan penyuntingan konten.

Pada proses penelitian hingga perancangan ini terdapat beberapa hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan di atas, antara lain:

1. Merancang konten desain feed Instagram dengan tipe konten yang dekat dengan target audiens guna membangun ketertarikan dan kedekatan melalui konten yang telah dibuat.
2. Menjaga konsistensi untuk terus aktif mengunggah konten seputar UMKM JANCOK CRISPY dengan konten-konten yang variatif.
3. Hasil perancangan ini dapat dikatakan efektif, karena dalam kurun waktu satu bulan *Instagram* UMKM JANCOK CRISPY telah mendapat 400 pengikut yang semula belum ada pengikut sama sekali.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang terdapat di atas, maka ada beberapa saran yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi penulis, perancangan media promosi melalui konten desain *feed Instagram* ini dalam proses perancangannya melalui beberapa kendala, diantaranya seperti: perlunya penyesuaian konten, *tone & manner*, dan *brand communication* dengan logo utama yang telah disediakan oleh pihak UMKM JANCOK CRISPY sebelumnya. Kemudian, cepatnya perubahan algoritma *Instagram* yang menjadi

tantangan baru dalam hal membuat konten desain *feed Instagram*. Namun, perancangan ini dapat dilakukan pengkajian lebih lanjut untuk peneliti berikutnya mengenai efektivitas konten desain *feed Instagram* terhadap penjualan UMKM terkait.

2. Bagi pemilik UMKM dan Masyarakat, melalui perancangan ini dapat digunakan sebagai bahan tinjauan dalam optimasi pembuatan konten desain *feed Instagram* UMKM sebagai media promosi digital, karena selain *platform* yang sudah tersedia konten Instagram merupakan media promosi gratis dengan tingkat jangkauan yang luas.