

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada fenomena pemanfaatan media sosial sebagai wadah atau media membangun *personal brand* online oleh pengguna yang ingin membentuk *cognition*, banyak sekali pengguna yang memilih untuk mengejar “instant fame” padahal hal tersebut seringkali merugikan. Menurut ahli, memulai kegiatan membangun *personal brand* yang positif bukan kegiatan instan karena terdapat beberapa faktor dan kriteria penting yang dapat dipahami dan diterapkan di awal sebagai bekal. Menurut framework pembentukan *personal brand* oleh Rampersad, faktor yang perlu dipahami dan diterapkan di awal dan seterusnya, berupa *objective* (menentukan tujuan awal), menemukan *specialization, service* (potensi), menjangkau domain (audiens) dengan bagaimana suatu individu mengkomunikasikan spesialisasinya (story).

Hal yang instan selalu dianggap mudah dan dipilih sebagai jalan pintas, sedangkan hal yang terlihat “tidak instan” seringkali dikesampingkan. Maka disinilah peran perancang desain komunikasi visual, bagaimana merancang visual suatu media yang dapat membantu pengguna dalam memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif tersebut, sehingga mereka tergerak untuk memulai dan memahami apa saja yang diperlukan untuk memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif.

Di era mobile dengan penggunaan *smartphone* dalam dinamika kehidupan masyarakat, antusiasme penggunaan aplikasi meningkat, terlebih jika suatu aplikasi dapat dikemas secara menarik, mudah dipahami dan membantu kegiatan pengguna. Maka rancangan visual aplikasi dipilih sebagai media utama pada perancangan ini dengan tujuan mengemas faktor dan kriteria *personal brand* secara menarik, mudah dipahami, dan membantu pengguna dalam memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif.

Dari berbagai landasan teori, studi pustaka, observasi digital, kuesioner target, sampai pada perumusan SWOT dan perumusan *Unique Selling Proposition* yang datanya telah dikumpulkan, dianalisa, dan digabungkan, pada akhirnya berujung pada hasil perancangan aplikasi Jemari. Jemari merupakan aplikasi yang akan berperan sebagai media yang mengemas faktor dan kriteria *personal brand* dari sumber yang terpercaya, secara menarik, mudah dipahami, dan membantu pengguna dalam memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif. Aplikasi Jemari dapat menjadi aplikasi pihak ketiga yang terhubung dengan Instagram, yang dipilih karena Instagram merupakan media sosial yang kerap

digunakan mayoritas untuk membangun suatu personal brand. Dalam meraih tujuannya Jemari mengemas faktor-faktor pada framework Rampersad menjadi tiga fitur utama dengan kegiatan-kegiatan yang mudah diikuti di dalamnya. Fitur pertama dengan nama “Tujuanmu” merupakan implementasi atau penerapan dari faktor “objective” dengan fungsi membantu pengguna menentukan tujuan mereka. Fitur kedua dengan nama “Atributmu” merupakan implementasi atau penerapan dari faktor *specialization*, dan *service* dengan kegiatan seperti memilih spesialisasi minat, spesialisasi kegiatan/ service yang berpotensi dikembangkan jangka panjang, dan kegiatan yang membantu pengguna perihal visible identity (foto profile, username, bio). Lalu fitur terakhir dengan nama “Aktivitasmu” merupakan implementasi atau penerapan dari faktor domain (audiens), dengan kegiatan seperti misi konten yang dapat memberikan inspirasi konten untuk memulai suatu unggahan dan menjaga konsistensi, performans, dan goodwill mereka supaya tetap positif. Kegiatan selanjutnya dalam fitur ini adalah caption tips dan jangkau. Caption tips akan menyediakan tips bagaimana pengguna mengkomunikasikan konten yang mereka unggah kepada domain (audiens). Jangkau akan menyediakan referensi-referensi hashtag supaya pengguna dapat menjangkau domain yang relevan dengan spesialisasi pengguna. Seluruh kegiatan pada aktivitas juga memiliki fungsi sebagai pengenalan dasar mengenai “social media brand activation” (fungsi diluar penjabaran framework Rampersad).

Tentu suatu aplikasi tidak bisa terlepas dari kaidah fungsi supaya tepat guna. Namun, peran desain komunikasi visual juga penting dalam mendukung tersedianya suatu visualisasi yang dapat memberikan referensi bagaimana suatu aplikasi akan tampil ke target pengguna. Ketersediaan perancangan visual dapat membantu ranah sistem informasi menentukan tata letak dari informasi yang akan mereka sematkan. Ketersediaan perancangan visual dapat membantu pengembang aplikasi memahami pemilihan visual yang cocok dipresentasikan ke target pengguna mereka. Indera penglihatan pada mata manusia merupakan komponen terpenting dalam kehidupan, karena semua informasi yang mata kita tangkap, selanjutnya akan diproses oleh otak. Peran visual terhadap perancangan suatu media yang dapat memberikan pemahaman dan membantu kegiatan pengguna sangatlah penting terlebih untuk sesuatu yang memiliki cakupan muatan informasi yang cukup banyak. Rencana perancangan visual mencakup penentuan nama, pembentukan logo, penentuan warna, penentuan typeface, gaya bahasa, karakter maskot, sampai elemen-elemen aset visual lain dirancang dengan perencanaan yang teliti sehingga visual dapat efektif dalam merealisasikan fungsi *recognizability*, *visual marking* (terkoneksi dengan semua media), *stylistic support*, dan *element of consistency*.

Aplikasi akan menjadi tidak fungsional ketika tidak ada penggunaanya. Walaupun tujuan utama dari aplikasi Jemari ini adalah memberikan pemahaman dan membantu pengguna dalam memulai kegiatan membangun personal brand online yang positif, namun kembali lagi dimana aplikasi Jemari yang dirancang termasuk dalam suatu “produk” yang perlu diaktivasi sehingga dapat menjangkau target pengguna. Suatu aplikasi membutuhkan *awareness* dari khalayak umum sehingga fungsi media sekunder sebagai *promotional tools* menjadi salah satu hal yang menopang keberhasilan aplikasi tersebut dalam menjangkau target. Dengan penerapan visual yang terencana dan penyediaan fitur-fitur dengan kegiatan yang mudah diikuti pada perancangan ini, aplikasi Jemari dapat menjadi salah satu referensi rancangan visual aplikasi untuk membantu memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif.

5.2 Saran

Tiada gading yang tak retak, sama halnya dengan perancangan yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna. Perancangan aplikasi Jemari sangat terbuka dan senang hati menerima pengembangan lebih lanjut dan diolah lebih dalam dari lebih dari satu ranah. Pertama, perancang menyarankan pengembangan dapat didatangkan dari ranah sistem informasi, sehingga beberapa fitur yang visualisasinya telah dirancang dapat dioptimalkan dari segi variasi informasi dan metode pemunculan informasi secara realtime yang akan dimunculkan pada fitur tersebut. Kedua perancang menyarankan pengembangan atau kerjasama dapat didatangkan dari individu-individu yang bergerak dalam ranah *branding activist*, dan *social media strategist*. Dengan insight yang dapat diperoleh dari ranah tersebut, Jemari dapat dikembangkan dari segi akurasi fitur-fitur yang benar-benar dibutuhkan secara *relatime*. Ketiga perancang menyarankan pengembangan dapat didatangkan dari ranah yang sama seperti jurusan perancang yaitu desain komunikasi visual. Tren dan gaya visual akan berkembang seiring berjalannya waktu dan zaman Jemari mengangkat topik jangka panjang sehingga penyesuaian dan pengembangan visual selalu terbuka dan dibutuhkan. Perbaikan terus menerus dibutuhkan supaya aplikasi Jemari selalu menjadi tepat guna dan tepat sasaran.

Topik membangun personal branding merupakan topik jangka panjang yang akan selalu dibutuhkan bagi orang-orang yang melakukan kegiatan itu, maka apabila sinergi pengembangan dapat didukung dari berbagai ranah, tidak menutup kemungkinan aplikasi Jemari dapat direalisasikan, menjangkau target pengguna yang lebih luas, dan akan semakin tepat guna dalam meraih tujuannya yaitu mengemas faktor dan kriteria *personal brand* secara menarik, mudah dipahami, dan membantu pengguna dalam memulai kegiatan membangun *personal brand* online yang positif.