

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan proyek Tugas Akhir ini yang membahas produksi video promosi di Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat mengenai Puspita Lukis Ecoprint dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Puspita Lukis Ecoprint agar semakin dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan interaksi serta jumlah *followers* Puspita Lukis Ecoprint melalui penggunaan konten video di Instagram. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan video promosi melalui media sosial Instagram dapat meningkatkan *brand awareness*, interaksi (*likes*, *comment*, *views*, *share*, dan *save*), serta jumlah *followers*.

Sebelum adanya publikasi video promosi, tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Puspita Lukis Ecoprint masih rendah, namun setelah dibuat 10 video promosi dan diunggah pada akun Instagram @puspitalukis_ecoprint tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Puspita Lukis Ecoprint menjadi meningkat lebih dari 10%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa video promosi yang telah dipublikasikan di Instagram berhasil meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Puspita Lukis Ecoprint.

Video promosi yang dirancang dengan pesan dan informasi yang jelas berhasil menjangkau audiens secara luas, terlihat dari meningkatnya interaksi pada akun Instagram @puspitalukis_ecoprint yaitu jumlah *likes*, *comment*, dan *views*. Selain itu, video promosi berhasil menarik audiens melalui *direct message* dan mendapatkan peluang untuk menjangkau audiens lebih luas. Hal tersebut memperlihatkan bahwa konten video promosi ini berhasil menarik perhatian audiens. Dengan video promosi yang telah diterapkan, mampu menjadi wadah untuk memperkenalkan, memberikan pengetahuan, dan meningkatkan *brand awareness* masyarakat mengenai Puspita Lukis Ecoprint.

5.2. Saran

Sebagai penutup dari penulisan Tugas Akhir ini, penulis akan menyampaikan beberapa saran kepada Puspita Lukis Ecoprint sebagai berikut:

1. Meningkatkan frekuensi dan variasi konten : hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan fitur-fitur interaktif di Instagram, seperti: Instagram Story dan Reels untuk lebih meningkatkan interaksi dan memperkuat *brand awareness* masyarakat terhadap Puspita Lukis Ecoprint.
2. Melakukan evaluasi dan *feedback* konten : hal ini dilakukan dengan melihat jumlah suka, tayangan, komentar, dan *share* pada setiap konten yang diunggah. Selain itu, Puspita Lukis Ecoprint juga dapat melakukan evaluasi menggunakan *survei* sederhana untuk membantu memahami jenis konten seperti apa yang disukai oleh audiens.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil karya Tugas Akhir dan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, terdapat beberapa implikasi yang perlu dicermati dalam upaya untuk meningkatkan *brand awareness* melalui video promosi, adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil karya Tugas Akhir ini membuktikan bahwa dengan pemanfaatan media sosial secara efektif melalui video promosi dapat membantu meningkatkan *brand awareness* UMKM.
2. Secara praktis, hasil karya Tugas Akhir ini membuktikan bahwa penggunaan video promosi pada Instagram sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness* lebih efektif dibandingkan dengan melakukan promosi melalui media *offline* saja.

5.4. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut:

1. Pihak Puspita Lukis Ecoprint dapat mengembangkan video promosi supaya semakin bervariasi jenis konten yang dipublikasikan dan meningkatkan interaksi antara *brand* dengan audiens.

2. Pihak Puspita Lukis Ecoprint dapat mengembangkan strategi lain untuk memperkenalkan produk *fashion* ramah lingkungan kepada masyarakat, seperti melalui *live streaming*, webinar, dan *workshop*.