

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video *Green Advertising* Sebagai Kampanye Digital Pada Instagram Hotel Horison Nindya Semarang Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Bangunan Hijau” telah menghasilkan 6 konten yang dipublikasikan pada platform Instagram untuk mengkomunikasikan komitmen *greenship building* yang diimplementasikan oleh Hotel Horison Nindya Semarang. Publikasi konten proyek tugas akhir pada platform Instagram Hotel Horison Nindya Semarang ini menimbulkan peningkatan yang signifikan dalam *brand awareness* terkait konsep bangunan hijau. Peningkatan ini diukur melalui indikator interaksi media sosial, seperti peningkatan jumlah *likes*, komentar, dan *share*. Selain itu, hasil pasca-survei menunjukkan adanya peningkatan persentase pemahaman masyarakat terhadap konsep *greenship building* sebanyak 59,5% setelah publikasi konten. Publikasi yang aktif mengenai komitmen *greenship building* ini juga berhasil membangun citra positif di mata masyarakat, yang mengapresiasi komitmen Hotel Horison Nindya Semarang terhadap prinsip-prinsip ekologis dan inovasi berkelanjutan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keenam video *reels* yang diproduksi berhasil meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap konsep bangunan hijau yang diimplementasikan oleh Hotel Horison Nindya Semarang.

5.2 Saran

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir yang melibatkan serangkaian tahapan mulai dari perencanaan hingga publikasi, penulis telah melakukan kajian komprehensif terhadap produk konten yang telah dihasilkan. Melalui proses evaluasi, penulis menyadari adanya beberapa aspek yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Penulis menyajikan serangkaian saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Horison Nindya Semarang, dengan tujuan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas pengelolaan konten di masa yang akan datang:

1. Bagi Horison Nindya Semarang

Konsistensi merupakan kunci dalam mempertahankan brand awareness yang sudah dicapai. Horison Nindya Semarang perlu mempertahankan konten *greenship building* secara lebih variative dengan mengembangkan ide kreatif dan riset tren. Sebagai hotel dengan sertifikasi tersebut, penting bagi Horison Nindya Semarang untuk terus mengedukasi masyarakat, konten dapat mencakup video infografis tentang manfaat bangunan hijau, video *fun fact* mengenai lingkungan, contohnya, membuat konten yang menjelaskan tentang manfaat penggunaan bahan-bahan bangunan ramah lingkungan, dan dengan terus mempromosikan inisiatif keberlanjutan, Horison Nindya Semarang dapat memperkuat citra mereknya sebagai hotel yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

2. Bagi Penulis Selanjutnya

Penulis selanjtnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas atau melanjtkan cakupan analisis, tidak hanya dengan memproduksi konten kreatif, namun juga dampaknya terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian yang ada pada Horison Nindya Semarang. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi peran *influencer* atau tokoh masyarakat dalam mempromosikan pesan *green advertising* serta bagaimana kredibilitas mereka mempengaruhi minat audiens.