

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tugas akhir berjudul “*Optimalisasi Konten Reels sebagai Strategi PR Digital dalam Meningkatkan Engagement dan Hubungan dengan Audiens UMKM @by.adriz*” menghasilkan 11 konten *Reels* yang dipublikasikan secara strategis. Berdasarkan proses tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi optimalisasi konten *Reels* terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement* serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Hal ini tercermin dari peningkatan total *engagement* dari sebelumnya 325 menjadi 7.197 setelah publikasi konten, mencakup *likes*, komentar, dan interaksi lainnya.
2. Penerapan *Standard Sequence Guide* (SSG) dalam seluruh proses produksi berhasil menjaga konsistensi pesan, visual, durasi, serta *tone* komunikasi agar tetap sesuai dengan karakter *brand* yang mengusung nilai syar’i.
3. Penggunaan *storytelling*, *hook* di awal video, dan *Call to Action* (CTA) di akhir terbukti mendorong perhatian, meningkatkan retensi penonton, serta mendorong keterlibatan aktif audiens melalui komentar atau aksi lainnya. Kombinasi narasi yang *relatable* dengan CTA yang tepat menjadi faktor penting dalam pencapaian *engagement* yang tinggi.
4. Keterbatasan teknis seperti larangan menampilkan wajah dan penggunaan musik secara terbatas tidak menjadi hambatan.
5. Sebagai bentuk keberlanjutan strategi, penulis juga melibatkan tim *brand @by.adriz* dalam seluruh proses produksi, guna memastikan pengetahuan dan metode produksi dapat dilanjutkan secara mandiri oleh *brand* di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil yang diperoleh, berikut beberapa saran pengembangan strategi *PR digital* bagi UMKM:

1. Pertahankan konsistensi produksi konten, baik dari segi kualitas visual, narasi, maupun nilai *brand*, agar komunikasi dengan audiens tetap terjaga dan relevan.
2. Optimalkan elemen *storytelling*, *hook*, dan CTA sebagai komponen utama dalam produksi *Reels* karena telah terbukti meningkatkan atensi dan interaksi secara signifikan.
3. Evaluasi rutin terhadap performa konten penting dilakukan melalui analisis *insight* Instagram untuk mengetahui *respons* audiens dan menyesuaikan strategi selanjutnya.
4. Gunakan *Standard Sequence Guide* (SSG) sebagai pedoman tetap dalam perencanaan dan produksi agar kualitas konten tetap konsisten dan efisien.
5. Eksplorasi kolaborasi yang sesuai dengan nilai *brand*, baik dengan KOL maupun audiens internal, agar dapat memperluas jangkauan sekaligus menjaga komunikasi yang autentik.
6. Tingkatkan kapasitas internal tim *brand* melalui pelatihan atau pendampingan agar produksi konten dapat terus berkelanjutan dengan kualitas yang stabil.