

BAB V

PENUTUP

Pada bagian penutup dalam penulisan Tugas Akhir ini, Bab 5 akan memaparkan kesimpulan serta saran. Kesimpulan dan saran yang disampaikan merupakan hasil dari proses produksi serta analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Adapun kesimpulan dan saran tersebut disajikan sebagai berikut.

5.1 Kesimpulan

Dalam penulisan Tugas akhir ini mengenai Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat dalam meningkatkan *brand awareness* tentang program mobil PAK RAHMAN, bertujuan supaya masyarakat atau audiens yang menonton ILM ini dapat mengetahui dan memahami informasi yang disampaikan oleh penulis.

Kesimpulan yang ingin penulis sampaikan melalui Produksi tiga Video Iklan Layanan Masyarakat yaitu:

1. Melalui produksi video iklan layanan masyarakat berjudul “Mobil PAK RAHMAN, Gerakan Peduli Semarang”, Penulis ingin Melalui produksi video iklan layanan masyarakat berjudul “Mobil PAK RAHMAN, Gerakan Peduli Semarang”, penulis ingin menyampaikan bahwa video iklan layanan masyarakat dapat menjadi media branding yang efektif dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) terhadap program Mobil PAK RAHMAN di Kota Semarang. Video ini menggambarkan pentingnya keberadaan program Mobil PAK RAHMAN sebagai bentuk nyata gerakan peduli terhadap kebutuhan pangan masyarakat, khususnya dalam menyediakan bahan pokok yang murah, aman, dan sehat. Melalui narasi yang lugas dan visual yang komunikatif, video ini berhasil memperkenalkan program secara menyeluruh kepada masyarakat, sehingga memperkuat identitas, tujuan, dan nilai sosial program di benak khalayak. Dengan demikian, pesan utama yang ingin disampaikan melalui produksi ini adalah bahwa branding program sosial tidak hanya dapat dilakukan melalui pendekatan komersial, tetapi juga melalui pendekatan edukatif dan emosional yang menggugah kepedulian masyarakat,

memperluas jangkauan informasi, dan mendorong partisipasi aktif warga terhadap program pemerintah daerah yang inklusif dan solutif.

2. Melalui produksi video iklan layanan masyarakat berjudul “Bersama Mobil PAK RAHMAN, Mari Jaga Ketahanan Pangan”, penulis ingin menyampaikan bahwa branding yang kuat dan terarah melalui media visual sangat penting dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap program sosial yang diinisiasi oleh pemerintah daerah. Video ini secara khusus dirancang untuk meningkatkan brand awareness terhadap program Mobil PAK RAHMAN sebagai inovasi strategis Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang dalam menyediakan akses pangan murah, sehat, dan aman bagi masyarakat. Dengan visual yang komunikatif, pesan yang informatif, dan narasi yang mengedukasi, iklan ini memperkuat citra program sebagai solusi nyata terhadap isu ketahanan pangan perkotaan. Cerita yang dibawakan menampilkan aktivitas operasional mobil, interaksi langsung dengan masyarakat, serta nilai-nilai solidaritas sosial. Kampanye ini juga menekankan pentingnya peran serta masyarakat dalam menjaga ketahanan pangan lokal dengan memanfaatkan fasilitas dari pemerintah.

Dengan demikian, pesan utama yang ingin disampaikan dalam video ini adalah bahwa:

- Program Mobil PAK RAHMAN adalah bagian penting dari ketahanan pangan kota,
- Kesadaran masyarakat dapat ditingkatkan melalui strategi branding yang tepat, dan
- Media iklan layanan masyarakat memiliki potensi kuat dalam mengkomunikasikan nilai program secara luas dan efektif.

3. Melalui produksi video iklan layanan masyarakat berjudul “Suara Anak: Aku Hanya Ingin Disayang”, penulis ingin menyampaikan Melalui produksi video iklan layanan masyarakat berjudul “Apa Kata Mereka tentang Mobil PAK RAHMAN”, penulis ingin menyampaikan bahwa media audiovisual dapat berfungsi sebagai alat branding yang efektif dalam meningkatkan brand awareness terhadap program Mobil PAK RAHMAN di Kota Semarang.

Video ini menampilkan testimoni langsung dari masyarakat pengguna layanan, yang menyuarakan manfaat nyata dari program berupa akses bahan pangan murah, sehat, dan terjangkau. Pendekatan naratif berbasis pengalaman pengguna dirancang untuk menumbuhkan kepercayaan, menciptakan kedekatan emosional, dan mendorong persepsi positif terhadap program ini di benak masyarakat luas.

Selain sebagai bentuk edukasi publik, video ini juga berfungsi untuk:

- Membuktikan kebermanfaatan nyata program di lapangan
- Meningkatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai pengguna maupun penyebar informasi
- Memperkuat identitas program PAK RAHMAN sebagai simbol kepedulian pemerintah terhadap ketahanan pangan

Dengan demikian, pesan utama yang ingin disampaikan melalui produksi ini adalah bahwa branding berbasis testimoni dan pengalaman nyata masyarakat mampu memperkuat kesadaran merek (brand awareness), membangun reputasi positif, serta memperluas jangkauan pengaruh program Mobil PAK RAHMAN di Kota Semarang.

Penulis berharap dengan adanya peningkatan brand awareness dari media sosial Instagram Dinas Ketahanan pangan, penyebaran informasi yang digencarkan bersama Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang ini dapat ditingkatkan.

5.2 Saran

Sebagai penutup dari penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyampaikan beberapa saran berikut:

1. Perlu ditingkatkan kembali strategi dalam menyebarkan informasi mengenai ketahanan pangan di media sosial DISKETAPANG Kota Semarang dengan format video iklan layanan masyarakat, mengingat karya Tugas Akhir Penulis tentang produksi iklan layanan masyarakat mendapat attensi yang tinggi. Tingginya tingkat kesadaran masyarakat di Kota Semarang yang bertujuan untuk mendukung program mobil PAK RAHMAN untuk menjaga stabilisasi harga pangan agar masyarakat dapat membeli bahan pangan dan sembako murah.

2. Peran Dinas ketahanan pangan Kota Semarang perlu dioptimalkan dalam hal pemantauan dan pengawasan media sosial, mengingat di era digital sekarang, masyarakat cenderung lebih mengandalkan media daring sebagai sumber informasi maupun saranamecari informasi, khususnya melalui perangkat gadget. Oleh karena itu, peningkatan aktivitas dan pemeliharaan media sosial, terutama platform Instagram yang selama ini terkesan monoton, menjadi penting agar dapat menjangkau audiens secara lebih luas serta memperkuat efektivitas penyebaran informasi dan layanan program mobil PAK RAHMAN secara digital.