

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari rumusan masalah dan juga hasil dari proyek tugas akhir yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa

1. Pada proyek tugas akhir ini telah menghasilkan 10 buah konten berupa video *reels* Instagram yang disusun berdasarkan hasil dari riset dan juga unsur atau tema yang sering diangkat pada akun @djanurmanten_service. dengan mencakup 3 proses utama, yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi.
2. Dalam pembuatan 10 konten *reels* Instagram ini dilakukan dengan mempertimbangkan hasil evaluasi dari konten sebelumnya, riset, serta penyesuaian dengan tren saat ini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah pengguna melalui pemasaran digital yang dilakukan pada media sosial Instagram ini.
3. Setelah proyek ini diunggah melalui akun Instagram @djanurmanten_service, ditemukan bahwa dalam pengelolaan media sosial yang baik, maka akun tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga hal ini dapat berdampak baik untuk peningkatan jumlah pengguna yang akan menggunakan layanan jasa dari Djanur Manten *Wedding Organizer*. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa keaktifan dalam mempublikasikan konten di media sosial dapat mempererat hubungan antara sebuah usaha dan penggunanya. Seperti halnya konten pada proyek tugas akhir ini, pemilihan ide yang menarik terbukti mampu meningkatkan tingkat keterlibatan, ditandai dengan respons audiens yang lebih aktif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran digital melalui pembuatan dan pengunggahan 10 video *reels* di Instagram berhasil menarik perhatian audiens dan meningkatkan jumlah pengguna Djanur Manten *Wedding Organizer*, yang terlihat dari peningkatan jumlah pengguna dibandingkan dengan rata-rata sebelumnya.

5.2 Saran

Dalam penyusunan tugas akhir hingga pada tahap pengunggahan proyek ini, penulis menyadari terdapat beberapa kekurangan dalam konten video *reels* yang telah diproduksi. Maka dari itu, penulis memberikan beberapa saran untuk Djanur Manten *Wedding Organizer* sebagai klien dalam meningkatkan jumlah pengguna melalui digital marketing di masa depan :

1. Dalam pengelolaan feeds Instagram, disarankan untuk mengorganisir template untuk thumbnail yang seragam dan diganti minimal satu bulan sekali atau maksimal dua bulan, selanjutnya menjaga jadwal postingan dengan memilih jam pengunggahan pada jam yang krusial agar lebih banyak audiens yang menonton konten yang diunggah.
2. Mengembangkan tema dan jenis konten untuk jenis konten yang lebih variatif dan juga riset untuk menambah referensi konten yang lebih relevan dan mengikuti tren yang sedang booming.
3. Melakukan analisis ke kompetitor merupakan langkah penting untuk memahami strategi yang mereka gunakan, sehingga dapat membantu dalam merancang jenis pemasaran yang akan digunakan agar lebih tepat sasaran dan efisien. Tujuannya adalah untuk mencegah pembuatan konten yang tidak terstruktur, yang berpotensi menghasilkan respons audiens yang rendah dan menurunkan daya jual pada usaha ini.
4. Menjadikan media sosial sebagai prioritas dalam pemasaran digital sebagai sarana pemasaran utama untuk memperkenalkan Djanur Manten kepada masyarakat khususnya masyarakat semarang dan sekitarnya.