

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Pada Tahap proyek Tugas Akhir, karya bidang yang menghasilkan luaran berupa 7 video konten *reels instagram*. Video konten *reels instagram* ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen W Hijab. Pelaksanaannya memiliki 3 tahap, yaitu pra-produksi , produksi , dan pasca produksi.
2. Berdasarkan hasil *insight* dari 7 konten *reels* yang telah dibuat dan di publikasi melalui *instagram @w.hijabb* menunjukan adanya peningkatan dalam segi penonton , likes dan juga komen
3. Produksi konten Reels yang dilakukan oleh akun *@w.hijabb* merupakan strategi komunikasi visual yang efektif dalam menarik perhatian audiens di media sosial. Konten yang dibuat memiliki unsur estetika, musik yang relevan, serta pesan yang sesuai dengan identitas brand, sehingga mampu menciptakan daya tarik secara visual dan emosional.
4. Secara keseluruhan, konten Reels berperan penting sebagai media promosi visual yang mampu meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), khususnya bagi target pasar perempuan muda muslim yang aktif di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur Reels tidak hanya relevan secara teknis, tetapi juga strategis dalam membangun posisi brand di tengah persaingan industri fashion hijab.

5.2. Saran

Saran dari penulis untuk WHijab yaitu terus konsisten dalam memproduksi konten Reels yang kreatif, relevan, dan sesuai dengan tren yang sedang berkembang di media sosial. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap performa konten, guna mengetahui jenis konten mana yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi.

Agar brand awareness semakin meningkat, W Hijab sebaiknya memperkuat identitas visual dan pesan brand yang disampaikan dalam setiap kontennya. Konten Reels dapat dimanfaatkan untuk menunjukkan nilai, kualitas produk, dan gaya hidup yang sesuai dengan target audiens, sehingga dapat menciptakan kedekatan emosional dengan followers.