

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan melalui survei *post-test*, dapat disimpulkan bahwa video company profile Program Studi Informasi dan Humas berhasil meningkatkan tingkat pengetahuan audiens terhadap *branding* terbaru program studi. Hal ini terlihat dari kemampuan 72,2% atau 73 responden dari 101 responden dalam mengidentifikasi fokus utama prodi pada pengelolaan dan pelayanan informasi dalam konteks kehumasan, serta 85,1% atau 86 responden yang berhasil menangkap pesan inti terkait penerapan Kurikulum Outcome-Based Education (OBE). Selain itu, 66,4% atau 67 responden menilai visualisasi kegiatan belajar mengajar telah tersampaikan dengan jelas, menunjukkan bahwa elemen visual dan naratif dalam video bekerja secara efektif untuk memperkuat persepsi dan pemahaman audiens.

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa video company profile memiliki efektivitas tinggi sebagai media audio-visual dalam membangun *brand image* baru yang meliputi pengenalan identitas baru prodi, arah kurikulum, hingga gambaran proses pembelajaran. Peningkatan pemahaman responden ini juga sejalan dengan konsep *brand image* yang menyatakan bahwa stimulus visual dan naratif mampu membentuk kesadaran dan persepsi yang kuat terhadap sebuah brand. Dengan demikian, video company profile terbukti mampu meningkatkan pemahaman audiens secara komprehensif terhadap *brand image* terbaru Program Studi Informasi dan Humas.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa rekomendasi dapat dijadikan acuan untuk mendukung peningkatan kualitas publikasi Program Studi Informasi dan Humas di masa mendatang. Saran-saran berikut disusun sebagai

upaya memperkuat *brand image* terbaru serta efektivitas penyampaian informasi mengenai profil program studi, antara lain:

- a. Meningkatkan intensitas publikasi digital terhadap branding baru yang menekankan penerapan kurikulum Outcome-Based Education (OBE), kompetensi pengelolaan informasi, serta fokus pada komunikasi publik perlu terus diperkenalkan melalui berbagai format konten yang konsisten dan berkala. Distribusi melalui YouTube, Instagram, TikTok, dan website resmi akan membantu memperluas visibilitas di ranah digital.
- b. Mengoptimalkan survei audiens secara berkala dapat membantu prodi memetakan persepsi publik terhadap *brand image* terbaru yang diperkenalkan. Melalui survei, pengelola program studi dapat mengetahui sejauh mana audiens memahami identitas baru Informasi dan Humas, elemen mana yang sudah tersampaikan dengan baik, serta aspek apa yang perlu diperjelas dalam publikasi berikutnya. Strategi ini memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan inti dari *brand image* terbaru.
- c. Melakukan pembaruan konten video secara berkala, khususnya setiap kali terjadi perubahan strategis pada program studi. Pembaruan ini bertujuan agar informasi yang disampaikan kepada publik tetap akurat, relevan, dan selaras dengan identitas prodi terkini.