

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan projek pembuatan video konten Instagram dengan fokus pada peningkatan brand awareness di PT Kawasan Berikat Nusantara, dapat disimpulkan bahwa proses produksi video konten Instagram @KBN\_ID berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Proyek ini dilakukan dengan tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, perencanaan yang matang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui observasi, penyebaran survei kepada calon tenant PT KBN, serta merancang konsep konten yang sesuai dengan tujuan brand awareness yang ingin dicapai.

Pada tahap produksi, proses pengambilan gambar (shooting) dilakukan sesuai dengan konsep konten yang telah dirancang sebelumnya. Setelah proses shooting selesai, video kemudian disunting (editing) untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan. Setelah proses editing selesai, video konten tersebut dipublikasikan melalui akun Instagram @KBN\_ID.

Tahap terakhir adalah pasca-produksi, di mana video yang telah dipublikasikan dievaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilannya. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis engagement yang tercapai pada konten Instagram, termasuk jumlah penayangan (views), tanda suka (likes), dan komentar (comments), serta analisis metrik lainnya. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui survei kepada calon tenant untuk mendapatkan umpan balik mengenai pemahaman dan respons mereka terhadap konten yang dipublikasikan.

Secara keseluruhan, video konten mengenai produk dan layanan PT Kawasan Berikat Nusantara yang dipublikasikan melalui Instagram berhasil mencapai hasil yang positif dalam meningkatkan brand awareness perusahaan. Meskipun respon engagement dari audiens juga menunjukkan hasil yang baik,

fokus utama dari konten ini adalah untuk memperkenalkan PT Kawasan Berikat Nusantara kepada khalayak yang lebih luas dan memperkuat kesadaran merek. Dengan penerapan strategi yang tepat, video konten ini berhasil menarik perhatian audiens, memperkenalkan identitas perusahaan, serta meningkatkan kesadaran mengenai produk dan layanan PT Kawasan Berikat Nusantara di platform Instagram.

## **5.2.Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Kawasan Berikat Nusantara adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan disarankan untuk mengembangkan strategi public relations yang lebih efektif dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk meningkatkan brand awareness. Salah satu pendekatannya adalah dengan konsisten mempublikasikan konten yang relevan dan menarik setiap minggu. Perusahaan perlu merencanakan konten per minggu yang beragam, dengan tema yang berbeda-beda namun tetap fokus pada produk dan layanan perusahaan. Hal ini akan membantu menjaga interaksi yang berkelanjutan dengan audiens dan meningkatkan kesadaran merek PT Kawasan Berikat Nusantara di platform Instagram.
- b. Selain itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi rutin terhadap konten yang telah dipublikasikan di Instagram. Proses evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas setiap konten dalam mencapai tujuan peningkatan brand awareness dan untuk melihat apa yang bisa ditingkatkan pada konten-konten berikutnya. Evaluasi ini harus mencakup analisis terhadap keterlibatan audiens, seperti jumlah penayangan, likes, komentar, dan metrik lainnya yang relevan.