

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan proyek Tugas Akhir yang berjudul “*Produksi Konten Reels Instagram untuk Membangun Brand Awareness BadakSinga6 Bandung*” menghasilkan 10 konten video pendek dalam format *Reels* Instagram yang dipublikasikan melalui akun @badaksinga6. Seluruh konten diarahkan untuk memperkenalkan BadakSinga6 sebagai *communal space* berbasis *health and lifestyle* melalui penyajian visual aktivitas, fasilitas, *tenant*, suasana ruang, dan kegiatan komunitas. Dengan demikian, tujuan pertama proyek ini dinyatakan tercapai.

Proses produksi dilaksanakan melalui tiga tahapan. Pada tahap praproduksi, dilakukan pengumpulan data, identifikasi kebutuhan komunikasi, penyusunan konsep, perancangan *Standard Sequence Guide* (SSG), dan penentuan pesan utama konten. Tahap produksi mencakup pengambilan gambar di area BadakSinga6 dengan mempertimbangkan konsep visual, alur cerita, *angle*, *talent*, dan kondisi lapangan. Tahap pascaproduksi meliputi seleksi *footage*, penyusunan alur video, penambahan teks, sinkronisasi musik, penulisan *caption*, penggunaan *hashtag*, serta perancangan *cover Reels* yang konsisten dengan identitas visual BadakSinga6. Keterlaksanaan ketiga tahapan tersebut menunjukkan bahwa proyek ini telah terpenuhi.

Evaluasi efektivitas implementasi dilakukan melalui pengukuran KPI *views* dan analisis hasil pasca-survei. Dari sisi performa konten, total *views* yang diperoleh mencapai 7.700 dengan rata-rata 770 *views* per konten, melampaui target minimum 420 *views* per konten dan menghasilkan rata-rata capaian KPI sebesar 183,33%. Konten juga memperoleh total 316 interaksi yang terdiri dari 298 *likes* dan 18 *comments*, dengan *engagement rate by views* sebesar 4,10%. Dari sisi *brand awareness*, hasil pra-survei menunjukkan bahwa 59% responden belum mengetahui BadakSinga6, sedangkan hasil pasca-survei mencatat 80% responden telah mengenali BadakSinga6 sebagai *communal space* di Kota Bandung. Peningkatan persentase tersebut mengindikasikan penguatan *brand recognition* pada audiens

yang memperoleh paparan konten *Reels*.

Secara keseluruhan, produksi konten *Reels* Instagram dalam proyek ini berkontribusi terhadap peningkatan *brand awareness* BadakSinga6, khususnya pada tahap *brand recognition*. Bukti kuantitatif mencakup capaian *views* sebesar 183,33% dari target, *engagement rate by views* 4,10%, serta peningkatan *brand recognition* dari 41% menjadi 80% berdasarkan perbandingan pra dan pasca-survei. Temuan tersebut mencerminkan bahwa *Reels* Instagram efektif digunakan sebagai media komunikasi digital untuk memperluas visibilitas dan keterlibatan audiens terhadap BadakSinga6 sebagai *communal space* berbasis *health and lifestyle*, sehingga tujuan proyek ini dinyatakan tercapai secara indikatif.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Bagi BadakSinga6**

BadakSinga6 sebagai *communal space* berbasis *health and lifestyle* memiliki peluang besar untuk mengoptimalkan Instagram Reels sebagai media komunikasi digital. Platform ini relevan digunakan untuk mempresentasikan fasilitas, kegiatan komunitas, *tenant*, *event*, dan pengalaman pengunjung secara visual. Berikut rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh BadakSinga6.

a. Perencanaan Calendar dan Pillar Content

BadakSinga6 perlu menyusun kalender konten bulanan yang didasarkan pada pilar *brand*, seperti olahraga, *healthy food and beverage*, komunitas, *event*, dan pengalaman pengunjung. Kerangka perencanaan ini mendukung konsistensi publikasi yang lebih terarah dan mudah diingat oleh audiens.

b. Konsistensi Identitas Visual

Elemen visual seperti palet warna, tipografi, *cover Reels*, logo, *tagline*, dan gaya bahasa perlu diterapkan secara konsisten pada seluruh konten. Identitas visual yang kohesif memperkuat *brand recognition* audiens dan membedakan akun dari kompetitor di platform yang sama.

c. Pengembangan Konten Berbasis Pengalaman Audiens

Format konten seperti *Q&A* pengunjung, *daily activity*, *first-time guide*, testimoni, cerita komunitas, dan dokumentasi *event* dapat dikembangkan

secara berkelanjutan. BadakSinga6 juga dapat mendorong *user-generated content* (UGC) melalui *challenge Reels* pengalaman pengunjung.

d. Pemanfaatan Ten dan Konten Permintaan Audiens

BadakSinga6 dapat memantau komentar, pesan langsung, *hashtag*, dan tren percakapan terkait *lifestyle*, *communal space*, *wellness*, dan aktivitas komunitas di Bandung. Hasil tersebut dapat menjadi dasar pengembangan ide konten yang lebih relevan.

e. Optimalisasi *Caption* dan *Call to Action*

Setiap konten sebaiknya dilengkapi *caption* dan *call to action* yang spesifik, seperti ajakan berkomentar, menyimpan, membagikan konten, atau mengunjungi *highlight* informasi. *Reels* juga dapat diarahkan ke tindakan lanjutan, seperti membuka *link in bio*, mengikuti informasi *event*, atau mengakses *link* lokasi BadakSinga6.

f. Evaluasi Berbasis *Instagram Insights*

Performa setiap konten perlu dipantau secara berkala melalui fitur *Instagram Insights*. Indikator seperti *views*, *reach*, *shares*, *saves*, dan *followers growth*. Evaluasi dapat dikembangkan melalui target berkala yang mencakup peningkatan *brand awareness*, jangkauan konten, dan partisipasi audiens pada *event*.

### 5.2.2 Saran Bagi Penulis Selanjutnya

Produksi konten digital sebagai proyek berbasis tugas akhir menuntut perencanaan yang menyeluruh, mulai dari riset awal, strategi pesan, proses kreatif, hingga evaluasi dampak terhadap audiens. Berikut saran yang dapat dijadikan panduan bagi penulis project based selanjutnya:

a. Riset Awal yang Komprehensif

Penulis selanjutnya disarankan melakukan pemetaan awal terhadap kondisi media sosial objek proyek, karakteristik audiens target, lanskap kompetitor, dan kebutuhan komunikasi spesifik brand. Riset ini menjadi fondasi agar konten yang diproduksi menjawab permasalahan komunikasi yang sesungguhnya.

b. Perencanaan Konsep dan SSG yang Rinci

Storyline, SSG, kebutuhan talent, lokasi, properti, dan alur pengambilan gambar perlu ditetapkan sebelum produksi dimulai. Perencanaan yang terperinci meminimalkan kekurangan footage pada tahap penyuntingan.

c. Penetapan Timeline Produksi yang Realistis

Setiap tahapan produksi, mulai dari riset, pengambilan gambar, editing, revisi, hingga publikasi dan evaluasi, memerlukan alokasi waktu yang proporsional. Timeline yang realistis penting terutama ketika produksi dilakukan di lokasi dengan jadwal operasional atau kondisi ruang yang dinamis.

d. Penyelarasan Pesan dengan Identitas Brand

Konten yang diproduksi perlu mencerminkan karakter dan tujuan komunikasi brand, bukan semata-mata mengikuti tren. Penulis perlu memastikan bahwa setiap pendekatan kreatif tetap relevan dengan objek proyek.