

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tugas Akhir ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan *engagement rate* pada akun Instagram @letsgohideandseek milik kedai kopi Hide and Seek. Berdasarkan Tugas Akhir ini dapat disimpulkan bahwa produksi dan publikasi 10 (sepuluh) konten video *reels* Instagram berhasil dilaksanakan dengan berbagai jenis konten seperti edukatif, informatif, *entertainment*, meme/hiburan, *product highlight*, dan kultur lokal yang disesuaikan karakteristik target audiens kedai kopi Hide and Seek.

Hasil data survei pasca produksi dengan variabel konten *reels* sebagai X dan *brand awareness* sebagai Y yang diolah menggunakan model regresi sederhana yang menyatakan bahwa konten *reels* yang telah di produksi pada akun @letsgohideandseek secara keseluruhan belum cukup berpengaruh secara signifikan terhadap *brand awareness* kedai kopi Hide and Seek. Hasil analisis data survei pasca produksi menggunakan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa konten *reels* Instagram pada akun @letsgohideandseek memiliki arah kontribusi positif terhadap *brand awareness* kedai kopi Hide and Seek. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,155. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,202 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa kontribusi tersebut belum signifikan secara statistik. Meskipun belum cukup berpengaruh, konten *reels* tetap terbukti memberikan kontribusi positif dalam membangun *brand awareness*.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif kuesioner pasca produksi menunjukkan peningkatan *brand awareness* yang sangat besar, yaitu dari 6% pada tahap pra produksi menjadi 86,5% pada tahap pasca produksi, atau setara dengan peningkatan sebesar 80,5 poin persentase. Peningkatan ini turut didukung oleh hasil *engagement rate* konten *reels* yang juga menunjukkan tren positif, dan bahkan mencapai tingkat *top of mind*, di mana kedai kopi Hide and Seek menjadi merek yang pertama kali terlintas di benak responden ketika membicarakan *specialty coffee*. Maka, dapat disimpulkan bahwa secara praktis (*practical significance*), konten video *reels* yang diproduksi terbukti sangat efektif dalam membangun *brand awareness* kedai kopi Hide and Seek, sekalipun secara *statistical significance* hubungan tersebut belum dapat dibuktikan secara kuat. Perbedaan antara

signifikansi statistik dan signifikansi praktis ini merupakan hal yang lumrah terjadi, terutama pada penelitian dengan jumlah sampel yang relatif terbatas ($n=100$) serta karakteristik responden yang cenderung homogen dalam memberikan penilaian.

Setelah produksi terlaksana, *engagement rate* juga berhasil meningkat dari 0.23% menjadi 0.64% yang tergolong melebihi target rancangan awal yakni 0.30%. Berdasarkan *engagement rate* yang diperoleh, 0.64% masih tergolong rendah karena berada kurang dari 1%. *Insight* yang diperoleh berhasil melebihi target rancangan seperti jumlah likes, *comments*, *share*, dan *repost*. Meskipun ada beberapa konten yang tidak memenuhi target dari segi komentar dan *repost*, sehingga memengaruhi perolehan hasil *engagement rate*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten video *reels* merupakan media yang cukup berpengaruh untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan *engagement rate* Instagram akun @letsgohideandseek terkait informasi menu *specialty coffee* dengan konsep *slow bar coffee*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil Tugas Akhir yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan evaluasi maupun rencana *produksi* selanjutnya di masa mendatang.

5.2.1 Bagi kedai kopi Hide and Seek

Kedai kopi Hide and Seek disarankan untuk konsisten melakukan publikasi konten video *reels* Instagram dengan standar visual dan kualitas sesuai dengan hasil konten pada Tugas Akhir ini. Kedai kopi Hide and Seek dapat terus memproduksi konten video *reels* dengan jenis konten (*content pillar*) edukatif/informatif. Selain itu, kedai kopi Hide and Seek perlu melakukan interaksi dua arah kepada audiens di media sosial agar memperluas jangkauan konten yang membantu meningkatkan jumlah *views* dan *insight* lainnya. Adanya kendala berupa tertundanya pengunggahan konten, maka pihak kedai kopi Hide and Seek perlu membuat jadwal pengunggahan selama 1 (satu) bulan kedepan dengan diskusi lebih lanjut bersama pihak-pihak terkait.

5.2.2 Bagi Penulis selanjutnya

Penulis selanjutnya disarankan untuk mengembangkan Tugas Akhir serupa dengan cakupan yang lebih luas dengan meningkatkan jumlah konten, durasi

pelaksanaan, maupun penggunaan platform media sosial lainnya. Bagi produksi karya selanjutnya, disarankan dapat menambahkan faktor-faktor pendukung lainnya dalam membangun *brand awareness* seperti periklanan (*advertising*), *words of mouth* (WOM), *corporate social responsibility* (CSR), dan sebagainya. Selain itu, disarankan untuk memperbesar jumlah sampel dan/atau memperluas variasi karakteristik responden guna memperoleh sebaran data yang lebih heterogen, sehingga pengujian data dapat lebih peka dalam mendeteksi hubungan yang signifikan secara statistik.