

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Produksi konten video Instagram *Reels* berhasil meningkatkan *brand awareness* Batik Semarang 16 di masyarakat Kota Semarang. Sebelum implementasi konten dilakukan, tingkat pengenalan masyarakat terhadap Batik Semarang 16 masih rendah, terlihat dari hasil survei pra-produksi yang menunjukkan bahwa sebanyak 77,6% responden belum mengetahui Batik Semarang 16. Setelah dilakukan produksi dan publikasi enam konten video Instagram *Reels*, hasil survei pasca-produksi menunjukkan bahwa sebanyak 97% responden mengetahui Batik Semarang 16 setelah melihat konten yang dipublikasikan. Selain meningkatkan *brand awareness*, konten video *reels* juga berhasil membantu audiens mengenali identitas dan karakteristik Batik Semarang 16. Sebanyak 98% responden mengetahui bahwa Batik Semarang 16 memiliki 219 motif batik yang telah terdaftar HAKI setelah melihat konten yang dipublikasikan.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa mayoritas audiens mampu mengenali motif khas Batik Semarang 16 seperti motif kuliner, ikon Kota Semarang, sejarah dan motif kelurahan. Berdasarkan analisis *Social Blade*, performa akun Instagram Batik Semarang 16 juga mengalami peningkatan setelah implementasi konten video *reels*. *Engagement rate* meningkat dari 0,08% menjadi 0,2%, rata-rata *like* meningkat dari 17,27 menjadi 36,5 *like* serta rata-rata komentar meningkat dari 0,2 menjadi 4,44 komentar pada setiap unggahan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* melalui produksi konten video Instagram *Reels* mampu meningkatkan interaksi audiens sekaligus memperkuat *brand awareness* Batik Semarang 16 melalui media *digital* Instagram.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan tugas akhir yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan media sosial Batik Semarang 16 ke depannya. Batik Semarang 16 disarankan untuk mempertahankan

konsistensi dalam mengunggah konten Instagram *Reels* agar *engagement* audiens tetap terjaga dan *brand awareness* terus meningkat. Batik Semarang juga dapat memperbanyak konten *storytelling* mengenai filosofi motif batik, sejarah Kota Semarang, proses pembuatan batik serta konten interaktif yang lebih dekat dengan generasi muda. Konten yang dikemas secara visual menarik dan informatif terbukti lebih mudah menarik perhatian audiens. Batik Semarang 16 disarankan untuk memanfaatkan fitur media sosial lainnya seperti Instagram *Story*, TikTok dan kolaborasi dengan *content creator* atau komunitas lokal agar jangkauan audiens menjadi lebih luas.