

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan produksi konten video di Instagram Reels untuk meningkatkan brand awareness divisi marketing BPR Arto Moro Kota Semarang, dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

Pertama, proses produksi dilaksanakan melalui tiga tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi, seluruh perencanaan konten dituangkan secara rinci dalam SSG yang mencakup konsep narasi, teknik pengambilan gambar, dan elemen audiovisual untuk masing-masing dari lima video. Konsep yang telah dirancang dalam SSG tidak mengalami perubahan selama pelaksanaan produksi, yang menunjukkan bahwa perencanaan awal telah dilakukan secara matang dan komprehensif.

Kedua, kelima video dirancang dengan pendekatan storytelling yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Semarang. Setiap konten menggunakan format vertikal 9:16 sesuai standar Instagram Reels, dengan penerapan teknik videografi yang meliputi sudut pengambilan gambar, pencahayaan, komposisi visual, voice over, serta efek transisi yang disesuaikan dengan karakter masing-masing konten.

Ketiga, proses pasca produksi menggunakan aplikasi CapCut menghasilkan konten video yang terstruktur secara naratif, memiliki identitas visual yang konsisten, dan siap dipublikasikan di Instagram Reels BPR Arto Moro. Konsistensi elemen visual seperti tipografi, warna, dan call-to-action penutup di seluruh video berfungsi memperkuat brand identity BPR Arto Moro di mata audiens digital.

5.2 Saran

Proyek Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi implementasi nyata ilmu komunikasi dan kehumasan dalam konteks komunikasi digital perbankan. Ke depannya, disarankan agar BPR Arto Moro Kota Semarang dapat melanjutkan dan mengembangkan produksi konten video Instagram Reels secara konsisten dan terstruktur

sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran jangka panjang. Pendekatan ini dinilai potensial untuk memperluas jangkauan merek sekaligus membangun kedekatan emosional dengan masyarakat Kota Semarang, khususnya generasi muda yang merupakan segmen nasabah dengan potensi pertumbuhan yang signifikan.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan, baik dari sisi teknis produksi maupun cakupan strategi komunikasi yang diterapkan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan pengembangan ke depannya. Semoga karya ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian maupun praktik produksi konten media sosial di lingkungan akademik maupun industri.