

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Project "Produksi Reels Instagram Batik Alam Srikandi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* di Kalangan Generasi Milenial Wilayah Kota Semarang". Dapat disimpulkan bahwa Batik Srikandi memiliki kebutuhan untuk meningkatkan brand awareness melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Hasil analisis terhadap lima konten terakhir pada akun @batiksrikandijatisari selama periode Maret, April, dan Mei menunjukkan bahwa engagement audiens masih relatif rendah serta frekuensi unggahan belum konsisten, yaitu sekitar satu hingga dua kali dalam satu bulan. Kondisi tersebut menjadi dasar dilakukannya pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur untuk memperkenalkan Batik Srikandi kepada audiens, khususnya generasi milenial di Kota Semarang.

Project ini menerapkan strategi PR digital melalui pembuatan 10 konten Instagram *Reels* yang akan dipublikasikan melalui Instagram @batiksrikandijatisari, dalam konten *Reels* tersebut membahas tentang edukasi, tips – tips, dan promosi mengenai produk Batik Srikandi.

Berdasarkan hasil survey pasca produksi, seluruh Indikator keberhasilan mengalami peningkatan dan berhasil melampaui target yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan dan telah mencapai tahap *brand recognition* sebagaimana dikemukakan oleh Aaker (1991) dalam (Saputri & Liliyan, 2022). Tingkat pengenalan responden terhadap Batik Alam Srikandi mencapai 30% dari kondisi awal sebesar 2% dan melampaui target keberhasilan yang telah ditetapkan sebesar 16%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa konten Instagram *Reels* yang diproduksi dapat meningkatkan pengenalan generasi milenial pada Batik Srikandi, memperkuat pemahaman mengenai keunggulan batik pewarna alami, meningkatkan ketertarikan terhadap produk. Dengan demikian, tujuan project

untuk meningkatkan *brand awareness* Batik Srikandi kepada generasi milenial wilayah Kota Semarang dapat dikatakan telah tercapai.

Secara keseluruhan project ini menunjukkan bahwa strategi produksi konten Instagram *Reels* mampu meningkatkan jangkauan media sosial sekaligus memperkenalkan identitas dan keunggulan Batik Srikandi kepada target audiens. Selain meningkatkan pengenalan merek, konten yang diproduksi juga berhasil menyampaikan pesan mengenai penggunaan pewarna alami, konsep sustainable fashion, serta nilai budaya yang dimiliki Batik Srikandi. Dengan demikian, Instagram *Reels* terbukti menjadi media komunikasi digital yang efektif dalam mendukung aktivitas Public Relations UMKM untuk membangun *brand awareness* pada generasi milenial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan project, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan :

Bagi Batik Srikandi

- Mempertahankan aktivitas publikasi konten di Instagram secara konsisten setelah project selesai, dengan memanfaatkan Kalender konten planner yang sudah penulis susun sebagai keberlanjutan program project ini.
- Selain Instagram Reels, Batik Srikandi dapat memanfaatkan fitur Instagram lainnya seperti Stories, Live, Collaboration, dan Instagram Ads untuk meningkatkan interaksi serta memperluas jangkauan kepada target audiens.

Bagi pelaksana project selanjutnya:

- Melakukan perencanaan produksi secara lebih matang, khususnya dalam menentukan jadwal pengambilan gambar, ketersediaan talent, narasumber, lokasi, serta kebutuhan peralatan produksi.
- Pelaksana selanjutnya juga disarankan untuk melakukan koordinasi secara lebih intensif dengan pihak UMKM sebelum dan selama proses produksi. Koordinasi yang baik dapat membantu memastikan konsep, naskah, jadwal, serta hasil konten sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM.