

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, implementasi, dan evaluasi karya video promosi BERL yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang dirancang terbukti mampu berfungsi sebagai media peningkatan brand awareness melalui penyajian visual yang modern, emosional, dan mudah dipahami oleh audiens, sehingga membantu audiens mengenali dan mengingat merek (brand recognition dan brand recall), khususnya pada platform digital seperti Instagram dan TikTok, serta berpotensi memperluas jangkauan audiens dengan format video yang fleksibel untuk berbagai kanal pemasaran digital. Selain itu, video promosi ini juga berhasil merepresentasikan identitas merek BERL sebagai brand kecantikan yang halal, aman, dan berkualitas melalui pendekatan visual storytelling yang selaras dengan nilai dan karakter merek, didukung oleh penggunaan color scheme, gaya visual yang elegan, serta narasi yang menonjolkan kualitas dan keamanan produk sehingga membangun persepsi positif terhadap

BERL sebagai brand yang kredibel, modern, dan relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini. Video promosi BERL juga berperan sebagai alat komunikasi strategis dalam pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas, seperti kampanye awareness, promosi produk, dan konten pendukung media sosial, dengan penyampaian pesan yang ringkas, visual yang menarik, dan struktur narasi yang jelas sehingga efektif dalam meningkatkan engagement audiens dan memperkuat pesan pemasaran di tengah persaingan industri kecantikan yang kompetitif. Selain membangun kesadaran merek, video promosi ini turut berfungsi sebagai media edukasi produk dengan menyampaikan informasi mengenai manfaat, kandungan utama, serta keunggulan produk secara visual dan informatif, yang membantu meningkatkan pemahaman audiens terhadap nilai fungsional produk dan mendukung proses pengambilan keputusan konsumen. Secara keseluruhan, perancangan video promosi BERL yang dikembangkan melalui pendekatan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) versi Luther–Sutopo terbukti efektif dalam menghasilkan karya audio-visual yang terstruktur, komunikatif, dan relevan

secara strategis melalui tahapan pra-produksi yang matang, penggunaan creative deck sebagai panduan utama, serta koordinasi tim produksi yang terorganisir, sehingga mampu mendukung tujuan branding dan pemasaran digital BERL secara berkelanjutan.

5.1.1. Saran Akademis

Perancangan video promosi BERL ini dapat dijadikan sebagai referensi pembelajaran dalam mata kuliah Creative Media Production (CMP), khususnya dalam memahami penerapan proses produksi media audio-visual yang terintegrasi dengan tujuan komunikasi dan kebutuhan industri. Karya ini menunjukkan bahwa produksi media kreatif tidak hanya menekankan aspek teknis videografi, tetapi juga membutuhkan perencanaan konseptual yang matang melalui penggunaan creative deck, penyusunan storyline, storyboard, serta integrasi visual dan audio yang konsisten. Oleh karena itu, melalui mata kuliah CMP, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan karya media yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berbasis riset, terstruktur, dan memiliki nilai strategis dalam konteks komunikasi dan industri kreatif digital.

5.1.2. Saran Praktis

Secara praktis, BERL disarankan untuk memanfaatkan video promosi yang telah dirancang secara optimal dalam berbagai kanal digital, seperti media sosial, website resmi, dan aktivitas promosi mitra penjualan, agar pesan merek tersampaikan secara konsisten. Selain itu, perusahaan dapat melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap performa video melalui analisis metrik digital guna mengetahui respons audiens dan menyesuaikan strategi konten di masa mendatang. Pengembangan konten video lanjutan dengan konsep yang tetap selaras dengan identitas merek, namun lebih adaptif terhadap tren digital, diharapkan mampu memperkuat posisi BERL sebagai brand kecantikan yang relevan, kompetitif, dan dekat dengan target audiensnya.