

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan konten iklan video promosi terbukti menjadi solusi strategis bagi UMKM buket bunga seperti Felice dalam menghadapi keterbatasan anggaran, waktu, dan keahlian kreatif. AI mampu mengotomatisasi proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, mulai dari pembuatan ide, naskah, visual, animasi, *voice over*, hingga *editing* video. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan menekan biaya, tetapi juga memungkinkan personalisasi konten berdasarkan analisis tren dan perilaku konsumen, sehingga pesan promosi lebih relevan, persuasif, dan efektif meningkatkan *engagement*.

Penggunaan AI mendukung terciptanya konten visual yang menarik dan memiliki nilai emosional, sesuai karakteristik produk dari Felice. Selain itu, AI berperan dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital melalui peningkatan *brand awareness*, perluasan jangkauan pasar, dan pengalaman konsumen yang lebih personal. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses fitur premium pada perangkat AI, namun dapat diatasi dengan memaksimalkan versi gratis dan strategi pengelolaan sumber daya. Dengan demikian, AI menjadi inovasi penting bagi UMKM untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi, hemat biaya, dan mampu bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif.

#### 5.2. Saran

Penulis selama produksi video iklan promosi berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk produk buket bunga Felice, menemukan salah satu kendala utama yang cukup memengaruhi efisiensi kerja, yaitu terbatasnya akses terhadap seluruh fitur dari perangkat lunak AI yang digunakan. Meskipun banyak AI

seperti ChatGPT, ImageFX, Runway, DupDub, KineMaster menyediakan versi gratis, pada praktiknya sejumlah fitur penting dan fungsional seperti efek visual lanjutan, serta keterbatasan proyek atau hak lisensi untuk penggunaan komersial hanya tersedia dalam versi berbayar atau memerlukan biaya langganan bulanan. Hal ini tentu menjadi hambatan, terutama bagi pelaku usaha kecil, *content creator* baru merintis, tim kreatif dengan keterbatasan anggaran produksi, karena tidak semua kebutuhan konten dapat terpenuhi secara optimal melalui versi gratis yang fungsinya terbatas.

Selain itu, sebagai saran ke depan, *content creator* atau tim produksi disarankan untuk menyusun perencanaan anggaran yang lebih matang dan mengalokasikan sebagian dana khusus untuk penggunaan platform AI profesional. Hal ini bertujuan agar proyek konten promosi dapat dilakukan secara lebih optimal, terutama ketika akan diproduksi dalam skala lebih besar atau untuk kebutuhan promosi jangka panjang. Di sisi lain, institusi pendidikan juga diharapkan mulai menyediakan akses terhadap versi edukasi atau lisensi kolektif dari perangkat AI tertentu, agar pembelajaran dan praktik pemanfaatan teknologi ini dapat berjalan secara berkelanjutan dan inklusif.