

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menunjukkan potensi transformatif kecerdasan buatan (AI) dalam strategi pemasaran digital, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan penerapan empat tahapan proses kreatif menurut Graham Wallas (persiapan, inkubasi, iluminasi, verifikasi), penulis telah mengembangkan sebuah video promosi berbasis AI untuk Telaga Fresh Air Isi Ulang. Video promosi AI ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan praktis untuk pemesanan air isi ulang, tetapi juga menjadi bukti nyata bagaimana AI dapat diintegrasikan secara efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan audiens di platform media sosial seperti TikTok.

Penulis memberi ruang bagi otaknya untuk memproses semua informasi secara tidak sadar, dan dari waktu ke waktu, ide-ide segar atau solusi yang tidak terduga akan tiba-tiba muncul. Saat itu terjadi, penting untuk segera mencatatnya agar tidak hilang begitu saja. Ini adalah fase di mana kreativitas bekerja di balik layar, seringkali menghasilkan terobosan saat kita tidak terlalu memikirkannya. Momen iluminasi terjadi ketika ide-ide inovatif, seperti pemanfaatan AI untuk riset ide konten dan penentuan target audiens, serta eksperimen dengan konten abstrak, muncul ke permukaan. Terakhir, tahap verifikasi menjadi krusial untuk menguji dan menyempurnakan ide-ide tersebut melalui pembuatan prototipe video promosi AI pada video promosi ini. Penulis menampilkan karakter AI sebagai pemandu cara order air isi ulang yang mudah dan cepat, kemudian diunggah ke TikTok untuk mendapatkan umpan balik awal.

Lewat fitur-fitur canggih AI yang penulis manfaatkan untuk membuat dan menyesuaikan karya video promosi AI, Telaga Fresh Air Isi Ulang bisa menjangkau lebih banyak orang dengan cara yang lebih mudah serta membuat mereka lebih tertarik dan pada akhirnya memperkuat citra merek di tengah ketatnya persaingan pasar. Penulis berharap dengan adanya karya ini bisa jadi

panduan nyata bagi UMKM lain yang ingin memanfaatkan teknologi AI untuk promosi yang lebih efektif dan efisien.

5.2 Saran

Pada saat pembuatan karya video promosi , penulis mengalami beberapa kendala, pemanfaatan *Google VEO 3* yang belum rilis resmi di indonesia menyebabkan penulis harus menggunakan *VPN* untuk mengakses, kemudian batas pembuatan video yang terbatas sehari hanya bisa membuat 3 video juga menjadi kendala bagi penulis, kemudian durasi dari hasil pembuatan yang hanya 8 detik juga memberikan tantangan tersendiri bagi penulis supaya bisa memaksimalkan informasi yang di sampaikan pada video promosi.

Kendala-kendala ini memberikan pelajaran yang berharga bagi penulis supaya di kemudian hari bisa lebih baik untuk memanfaatkan waktu dan memaksimalkannya, perencanaan yang matang serta manajemen waktu yang baik bisa membantu penulis menghindari ketetergesaan dan mampu membuat karya yang lebih baik lagi.

Penulis berharap bisa membuat karya yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang supaya bisa menghasilkan karya yang baik, inovatif, serta bisa memberikan manfaat bagi banyak orang.