

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini telah terjawab. Perancangan dan produksi video promosi Barberlive Barbershop dilakukan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, penyusunan *storyboard* dan naskah, proses produksi, hingga pascaproduksi dengan menerapkan teknik sinematografi berupa *close-up* dan *detail shot* sebagai pendekatan visual utama.

Penerapan teknik *close-up* terbukti mampu menampilkan ekspresi pelanggan, konsentrasi kapster, serta interaksi pelayanan secara lebih intim sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Sementara itu, teknik *detail shot* efektif dalam menonjolkan tekstur rambut, presisi gradasi, ketajaman alat, serta penggunaan produk perawatan rambut, sehingga memperkuat persepsi kualitas layanan dan profesionalitas Barberlive Barbershop.

Berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif melalui Instagram *Insight*, video memperoleh *engagement rate* sebesar 6,24% yang termasuk kategori sangat baik dalam standar digital marketing. Mayoritas audiens berada pada rentang usia 18–34 tahun dan sesuai dengan segmentasi pasar barbershop. Hasil wawancara dengan pemilik usaha juga menunjukkan bahwa video telah sesuai dengan identitas brand serta mampu menampilkan kualitas layanan secara profesional.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menghasilkan video promosi yang dirancang dan diproduksi menggunakan teknik *close-up* dan *detail shot* guna menonjolkan kualitas dan pengalaman jasa telah tercapai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pada produksi berikutnya, perlu ditambahkan elemen visual yang lebih kuat pada 3–5 detik pertama, seperti hasil akhir potongan rambut sebelum proses dimulai, teks promosi yang menarik, atau potongan adegan paling dinamis untuk meningkatkan retensi.
2. Mengingat distribusi dari *Reels Tab* masih relatif rendah, diperlukan strategi tambahan seperti penggunaan audio tren, hashtag yang lebih spesifik, serta konsistensi unggahan untuk meningkatkan potensi jangkauan algoritmik.
3. Disarankan untuk menambahkan elemen grafis yang informatif, seperti teks daftar harga (*price list*), lokasi barbershop atau promo khusus yang diletakkan secara estetik di dalam video agar calon pelanggan mendapatkan informasi biaya secara langsung.
4. Disarankan agar Barberlive Barbershop memproduksi konten promosi secara rutin, seperti variasi model rambut, testimoni pelanggan, atau edukasi perawatan rambut guna mempertahankan engagement dan meningkatkan *brand awareness* jangka panjang.
5. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan analisis lanjutan terkait pengaruh video promosi terhadap peningkatan jumlah pelanggan secara langsung (*conversion rate*), sehingga dampak pemasaran dapat diukur tidak hanya dari *engagement*, tetapi juga dari sisi penjualan.