

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas penerapan metode MDLC (*Multimedia Digital Life Cycle*) pada iklan video cinematic sebagai bentuk promosi dalam meningkatkan digital branding cafe Cozy, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengukuran terhadap kedua konten video yang telah ditayangkan memberikan benefit tertinggi pada konten ke 1 (iklan video cinematic) dengan durasi penayangan selama 3 hari dengan total views sebanyak 2.191, total likes sebanyak 595, total comments sebanyak 37, dan shares sebanyak 13 kali.
2. Konten iklan video cinematic menggunakan teknik sesuai dengan standar pembuatan video dari segi Sudut Pengambilan Gambar seperti *Bird Eye View*, *Eye Level*, *Low Angle*, *Frog Eye* dan frame size seperti *Medium Shot*, *Extreme Close Up*, *Close Up*, *Medium Close Up*.
3. Hasil analisis dengan menggunakan model analisis three layers of social media yaitu *Key Metrics*, *Engagement Rate* dan *Conversation Analysis* tersebut sudah cukup efektif dan analisa dalam ketiga layers tersebut memberikan respon positif. Dan analisis dengan model analisis data mendapatkan hasil kuesioner dan hasil perhitungan interpretasi tiap pertanyaan dapat diperoleh presentase tingkat keberhasilan **92.1%** yang berarti iklan video sudah sesuai dengan standar pembuatan video dari segi Sudut Pengambilan Gambar seperti *Bird Eye View*, *EyeLevel*, *Low Angle*, *Frog Eye* dan frame size seperti *Medium Shot*, *Extreme Close Up*, *Close Up*, *Mediu Close Up*.

## 5.1 Saran

Strategi yang dapat dilakukan oleh tim marketing Cafe Cozy untuk meningkatkan atau menaikkan dan mempertahankan engagement pada akun instagram @Cozycoffeeandroastery, sehingga audiens dapat mengenal produk Cafe Cozy Coffee lebih dalam melalui akun Instagram @Cozycoffeeandroastery. lalu pada media sosial Instagram berdasarkan analisis yang telah dilakukan diantaranya adalah memproduksi konten video secara rutin dan menjaga konsistensi jadwal dan jumlah postingan video. Kemudian, melakukan kolaborasi serta research terhadap influencer, menggunakan konsep duet dengan audiens, membuat konten video dengan konsep sosial campaign, mengutamakan interaksi dengan audiens, dan menambah sumber daya tim marketing dari Cafe Cozy Coffee.