

BAB 6

PENUTUPAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan video iklan sebagai media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual di Institut Teknologi Telkom Purwokerto, dapat disimpulkan bahwa video iklan efektif meningkatkan kesadaran dan minat dari calon mahasiswa. Desain visual yang menarik, konten yang informatif, dan juga pesan yang jelas dapat berhasil menyampaikan keunggulan Program Studi ini. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai platform distribusi terbukti memperluas jangkauan *audiens*.

6.2 Saran

Untuk dapat memberikan video iklan di masa mendatang, disarankan untuk:

1. Melakukan analisis pasar secara berkala guna memahami tren dan preferensi calon mahasiswa.
2. Menggunakan *feedback* dari audiens untuk memperbaiki dan menyempurnakan konten iklan tersebut.
3. Mempertimbangkan kolaborasi dengan *influencer* atau alumni sukses untuk menambah kredibilitas dan daya tarik iklan tersebut.
4. Mengoptimalkan strategi distribusi dengan memanfaatkan berbagai *platform digital* untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, diharapkan video iklan ini dapat terus mendukung promosi dan meningkatkan pendaftaran di Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Telkom Purwokerto.