

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, telah diusulkan perancangan dan pembuatan iklan untuk Dazzle Yogyakarta dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic. Dengan memanfaatkan teknik ini, diharapkan dapat menciptakan sebuah video iklan yang informatif, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh Dazzle.

Melalui analisis dan pengujian menggunakan skala Likert, diperoleh kesimpulan bahwa video iklan yang dihasilkan dari penelitian ini memperoleh penilaian sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa konsep, perancangan, dan proses produksi video iklan telah berhasil menghasilkan konten yang efektif dan memenuhi ekspektasi audiens. Dengan demikian, video iklan ini memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan audiens, dan konversi ke dalam tindakan atau pembelian yang diinginkan.

Selanjutnya, dalam tahapan media placement, dipilih platform Instagram sebagai media distribusi utama. Instagram dipilih karena popularitasnya yang terus meningkat dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang relevan dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Dazzle. Melalui publikasi di Instagram, diharapkan informasi tentang Dazzle Yogyakarta dapat disebarluaskan lebih luas dan meningkatkan eksposur merek.

Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perancangan dan pembuatan iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic merupakan langkah yang tepat untuk mempromosikan Dazzle Yogyakarta. Hasil penelitian ini memberikan wawasan dan rekomendasi bagi Dazzle Yogyakarta dalam menggunakan media video sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan keberhasilan bisnis mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk Dazzle Yogyakarta dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Pertama-tama, Dazzle dapat terus mengembangkan konten video iklan dengan memperhatikan penggunaan teknik live shoot dan motion graphic. Kedua teknik ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik dan kejelasan pesan dalam video iklan. Selain itu, penting bagi Dazzle untuk diversifikasi platform media sosial yang digunakan. Selain Instagram, mereka dapat mempertimbangkan platform lain seperti Facebook, YouTube, atau TikTok untuk mencapai audiens yang lebih luas. Selanjutnya, konten edukasi dan hiburan juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk membangun keterlibatan dan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan potensial. Kerjasama dengan influencer atau tokoh publik yang memiliki pengikut yang besar di media sosial juga dapat membantu dalam meningkatkan kesadaran merek Dazzle. Terakhir, pemantauan dan evaluasi kinerja kampanye media sosial sangat penting. Dengan memperhatikan metrik seperti tingkat keterlibatan, jumlah tampilan, dan konversi, Dazzle dapat menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan respons audiens dan meningkatkan efektivitas kampanye mereka secara keseluruhan. Dengan menerapkan saran-saran ini, Dazzle Yogyakarta dapat meningkatkan keberhasilan strategi pemasaran mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar.