

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil setelah menyelesaikan penelitian Pembuatan Iklan Promosi Hotel Harper Menggunakan Teknik Live Shoot dengan Animasi 2D Motion Graphic di PT. RAKOSA RADIO adalah:

1. Pada tahap pengembangan menggunakan Adobe Premier Pro CC dan Teknik animasi *Motion Graphic* yang dipilih dalam pembuatan iklan. Dalam proses uji video yang diupload ke akun youtube RAKOSA RADIO berisikan rendering pertama/prototype hasil dari video iklan yang telah dibuat
2. Sebagai layanan dan fasilitas yang diberikan oleh RAKOSA RADIO untuk client yang memasang iklan adalah pembuatan video promosi media social. Dengan layanan ini pihak hotel memiliki materi promosi untuk update di media social.
3. Fasilitas video promo yang telah terimplementasikan mendapatkan feedback bahwasannya pihak hotel menambah slot beriklan di PT. RAKOSA RADIO
4. Video iklan yang telah dibuat kemudian diupload ke akun youtube milik RAKOSA RADIO dan telah ditonton sebanyak 170x penayangan dan 6 komentar
5. Video iklan yang telah dibuat dan terimplementasikan di PT. RAKOSA RADIO mendapatkan feedback dari perusahaan berupa surat tanda bukti bahwa video iklan yang dibuat telah diimplementasikan oleh perusahaan

5.2 Saran

Setelah iklan ini dipublikasi di media sosial seperti *Youtube* dan *Instagram* milik Hotel Harper langsung mendapat respon dari masyarakat, contohnya seperti masyarakat sudah lama menanti *update* informasi terbaru dari Hotel Harper baik dari fasilitas, restoran dan harga terbaru yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya iklan ini memberikan pengetahuan dan informasi terbaru yang diinginkan oleh masyarakat. Adapun beberapa hal yang harus dilakukan *improvisasi* adalah sebagai berikut:

1. Untuk kelengkapan informasi yang diberikan sebaiknya pihak perusahaan lebih terbuka untuk mengeksplorasi fasilitas yang dimiliki seperti kamar atau *ball room* untuk kebutuhan *footage*.
2. Penting bagi perusahaan untuk melihat jangkauan, frekuensi, dan dampak dari iklan yang digunakan.
3. Perusahaan juga harus memperhatikan media promosi lainnya selain iklan dan poster yaitu seperti penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan mengadakan acara khusus.
4. Untuk tetap menjaga kepercayaan dari setiap konsumen, perusahaan senantiasa menjaga pelayanan serta kualitas produk yang ditawarkan agar kepuasan dan loyalitas konsumen tetap terjaga dengan baik.
5. Melakukan kerja sama yang lebih baik agar tercipta keterikatan antara perusahaan dengan pelanggan, antar perusahaan yang saling bekerja sama dengan mengadakan pertemuan rutin untuk membahas dan mengevaluasi kegiatan promosi baik iklan dan promosi penjualan yang telah dilakukan sebelumnya apakah sudah berjalan dengan efektif dan efisien.