

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran BMT Nur Rahmah Semin pada produk yang mereka tawarkan adalah dengan cara :

Pertimbangan strategi pemasaran BMT Nur Rahmah Semin, dalam mensosialisasikan BMT serta mempromosikan produk BMT Nur Rahmah, yaitu bersifat:

- 1.) Video iklan dibuat dengan langkah awal yaitu pengambilan video live shot, proses pengambilan video live shot ini menggunakan 1 kamera. Pengambilan video live shot ini menggunakan 2 lokasi syuting serta adanya keterlibatan staf karyawan dan keluarga BMT Nur Rahmah Semin sebagai pemeran dalam pembuatan video iklan ini
- 2.) Video iklan ini memberikan manfaat bagi Bank BMT Nur Rahmah Semin dalam melakukan promosi.
- 3.) Telah berhasil ditayangkan di stasiun TV RBTv kota yogyakarta, selasa tanggal 13 juni 2017.

5.2.1 Saran

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapati oleh penulis, maka penulis memberikan saran kepada pihak-pihak terkait :

1. Visualisasi data dibuat dalam bentuk yang mudah dimengerti *audience*.
2. Menayangkan video iklan di media social dan di lcd kantor BMT Nur Rahmah.
3. Video iklan dapat dikembangkan dalam setiap jenis produk dan layan Bank BMT Nur-Rahmah semim.
4. Dalam proses *compositing* dan *editing* video lebih disarankan menggunakan spesifikasi komputer yang sesuai kebutuhan, agar setiap proses dapat dikerjakan dengan baik dan lancar.