

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap yang telah dikerjakan selama proses pembuatan pemasaran ini, serta berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Pembuatan video promosi pada toko Freshner yaitu melalui tahapan-tahapan seperti pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Lalu setelah itu video yang telah jadi siap untuk diunggah ke media sosial yaitu Youtube.
2. Video promosi yang telah dibuat diharapkan dapat bermanfaat berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti meliputi analisis masalah, analisis SWOT, analisis kebutuhan video dan analisis kelayakan.
3. Video tersebut sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya berdasarkan hasil testing yang dilakukan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah :

1. Seiring dengan kemajuan teknologi, hampir semua orang di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya membutuhkan informasi pelayanan yang praktis dan cepat.
2. Dalam hal pembuatan video promosi, suatu informasi yaitu khususnya di bidang periklanan tidak cukup hanya sekedar dinilai dari kualitas produk, akan tetapi juga harus memperhatikan peluang pasar (konsumen).
3. Kurang menggambarkan ruangan segar yang telah disemprot oleh pengharum ruangan.
4. Penggambaran produk yang dijual kurang jelas.
5. Video promosi harus lebih informatif.

