

## **Bab V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Hasil perancangan video promosi Apotek Jaya Farma yang dijadikan sebagai sarana promosi dan informasi untuk menarik perhatian atensi masyarakat luas di Kota Bandung mengenai keberadaan Apotek Jaya Farma. Video promosi ini melalui 2 tahap, yaitu diawali dengan tahap perancangan yang dimulai dari pengumpulan data berupa wawancara, observasi secara langsung, dan menganalisis SWOT. Setelah data, informasi, dan strategi konsep utama yang didapatkan dari analisis SWOT dirangkum, peneliti menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan dan mulai memasuki tahap mengimajinasi yang terdiri dari proses penyusunan storyboard dan persiapan alat dan bahan untuk kebutuhan dalam pengambilan gambar. Tahap yang dilakukan selanjutnya adalah tahap pengembangan yang terdiri dari pengambilan footage dan pemilihan audio, untuk dijadikan sebuah satu kesatuan maka tahap yang dilakukan selanjutnya yaitu tahap pengerjaan yang terdiri dari editing video dan penyesuaian audio. Proses yang dilakukan memerhatikan unsur-unsur dalam teknik pengambilan gambar, pemilihan warna, pembuatan *motion* animasi dan teks serta pemilihan audio yang disesuaikan dengan kebutuhan, proses editing video dilakukan menggunakan Adobe Premiere 2020.

Video yang telah dirancang menghasilkan hasil karya yang melewati tahap distribusi dan apresiasi, untuk mendapatkan tanggapan dari masyarakat mengenai video produk yang telah dibuat oleh peneliti. Hasil karya didistribusikan oleh peneliti melalui platform YouTube, kemudian dilakukan penyebaran dengan membagikan link melalui platform seperti *Whatsapp*. Apresiasi yang didapatkan merupakan tanggapan dilihat berdasarkan like dan komentar. Tanggapan yang didapatkan sesuai dengan harapan peneliti yaitu adanya tanggapan mengenai video dan produk yang ditampilkan. Video Promosi merupakan video yang dibuat untuk tujuan pemasaran atau periklanan guna mempromosikan produk atau layanan dan mengoptimalkan kesadaran merk, reputasi, dan penjualan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan *awareness* masyarakat luas khususnya Kota Bandung terhadap Apotek Jaya Farma.

## **1.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil dari perancangan mengenai video promosi Apotek Jaya Farma terdapat beberapa rekomendasi yang dapat peneliti berikan, diantaranya :

### **1. Bagi Perusahaan**

Apotek Jaya Farma dapat menggunakan pembuatan video produk secara berkala dan konsisten untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk jasa maupun pelayanan yang ditawarkan, selain itu Apotek Jaya Farma harus dapat menggunakan berbagai platform dalam mengenalkan produk tujuannya agar lebih banyak yang mengetahui keunggulan fasilitas dan kelengkapan produknya, memunculkan daya tarik dan memberikan informasi mengenai Apotek Jaya Farma.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik pengambilan gambar yang bervariasi dan disesuaikan dengan kebutuhan pembuatan video produk. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperhatikan tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan video hingga mendapatkan hasil akhir.