

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada dasarnya, Natural Honey Hand and Body Lotion telah memiliki posisi pasar yang baik dan target market yang tepat dengan harga yang sangat terjangkau bagi wanita Indonesia. Kandungan bahan yang dimiliki menjadi nilai tambah yang mampu meyakinkan masyarakat untuk menggunakan produk ini sebagai pilihan tepat karena memiliki kandungan madu alami. Namun posisi baik tidaklah cukup jika tidak diimbangi dengan aksi kreatif pemasaran untuk mencangkup target market yang lebih luas.

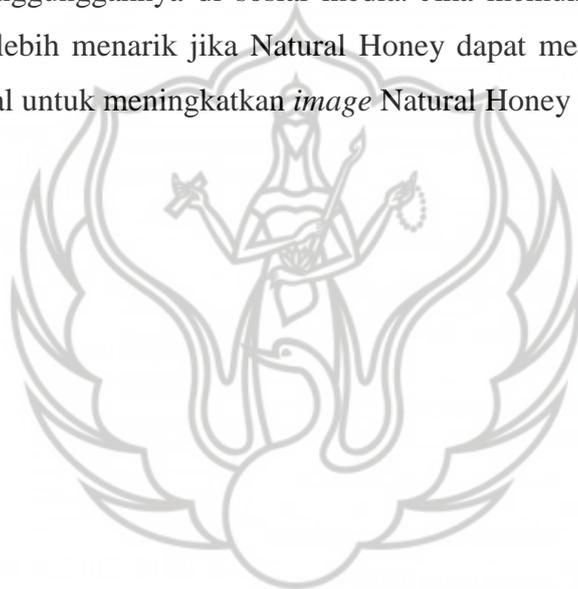
Hal yang dibutuhkan adalah sebuah media promosi baru yang lebih unik dengan penyampaian yang berbeda namun lebih sederhana sehingga masyarakat atau konsumen dapat lebih memahami. Video iklan dapat menjadi salah satu media baru yang digunakan untuk meningkatkan promosi. Dengan video iklan yang sederhana dan unik maka dapat menjadi peluang pemasaran baru bagi Natural Honey sendiri.

Dalam membuat video iklan ini, cukup banyak kesulitan yang dihadapi seperti halnya mencari talent yang berwajah Indo agar berkesan lebih internasional. Di sisi lain, talent tidak memiliki suara yang cukup memadai sehingga harus menggunakan *dubber* sebagai pengisi suara. Karena biaya yang ada tidak terlalu besar, proses *shooting* pada bagian aplikasi *handbody* yang berada di dalam dan di luar ruangan akhirnya dialihkan dengan foto talent yang dibuat secara *stop motion* dengan memainkan background yang berubah-ubah.

Dari pengalaman ini, saya banyak belajar tentang bagaimana membuat sebuah video iklan yang menarik dan menyiasati kekurangan yang kita miliki. Semoga video iklan ini dapat menarik minat *audience* dan mampu membuat mereka memahami isi dari video iklan yang telah dibuat, sehingga pemasaran dan penjualan produk menjadi meningkat dan Natural Honey Hand and Body Lotion dapat lebih dikenal oleh wanita Indonesia.

5.2 Saran

Pada dasarnya video iklan hanyalah media promosi yang tentunya tidak dapat berdiri sendiri. Perusahaan juga perlu menambah penunjang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan maksimal. Selain promo melalui iklan di televisi dan media sosial, kegiatan *selling* lapangan juga perlu dilakukan untuk membuat masyarakat lebih *aware* terhadap Natural Honey Hand and Body Lotion. Ide-ide kreatif lain yang berkaitan tentang video juga dapat dikembangkan seperti membuat dalam berbagai versi sesuai dengan tema atau hari yang berkaitan tentang perempuan (hari Kartini, valentine, hari ibu, dll) dan menggugahnya di sosial media. Jika memungkinkan *budget* yang lebih, akan lebih menarik jika Natural Honey dapat menggunakan *talent* yang lebih terkenal untuk meningkatkan *image* Natural Honey itu sendiri.



Daftar Pustaka

Buku

- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Lachman, L., H.A. Lieberman, and J.L. Kanig. 1994. *Teori dan Praktek Farmasi Industri*, Jilid II, Edisi III, Universitas Indonesia. Hal. 1119-1120.
- Lee, Monle & Johanson, Carla. (2007), *Principle of Advertising: A Global Perspective Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, terjemahan Haris Munandar & Dudi Priatna, Kencana, Jakarta.
- Randall, G. (2001). *The Art of Marketing vol. 7 Branding*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sularto, S. A. Dkk (1995). *Pengaruh Pemakaian Madu sebagai Penstabilitas Gliserin dalam Beberapa Jenis Krim Terhadap Kestabilan Fisiknya*. Laporan Penelitian, LP Unpad. Bandung : Universitas Padjajaran.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.

Wawancara

- Ibu Nidya Swasti Budiarti, pihak Natural Honey Hand and Body Lotion
Ibu Irene Dwiyuliana Pratiwi, pihak Natural Honey Hand and Body Lotion

Website

www.temposcan.co.id diakses tanggal 28 Mei 2015

www.naturalhoney.co.id/product diakses tanggal 28 Mei 2015

<http://www.becakmabur.com/tentang-branding/> diakses tanggal 17 Juni 2015

<http://panartproject.blogspot.co.id/2015/02/pengertian-motion-grafis.html> diakses tanggal 20 Juni 2015

<http://guntur98.blogspot.co.id/2014/09/jenis-jenis-animasi-stop-motion-dan.html> diakses tanggal 20 Juni 2015

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/Bab%2009-219.pdf> diakses tanggal 15 September 2015

<http://www.sjm.sch.id/p/videografi-adalah-teknologi-pengiriman.html> diakses tanggal 15 September 2015

