

JURNAL TUGAS AKHIR

JUDUL
PERANCANGAN VIDEO IKLAN “NATURAL HONEY HAND
AND BODY LOTION” BAGI WANITA INDONESIA



Oleh :
Fransiskus Arwiyadi Pamungkas
1112124024/ REGULER

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2016

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

“PERANCANGAN VIDEO IKLAN “NATURAL HONEY HAND AND BODY LOTION” BAGI WANITA INDONESIA” diajukan oleh Fransiskus Arwiyadi Pamungkas, NIM 1112124024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada 1 Februari 2016.

Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi M.Sn.
NIP 19650209 199512 1 001



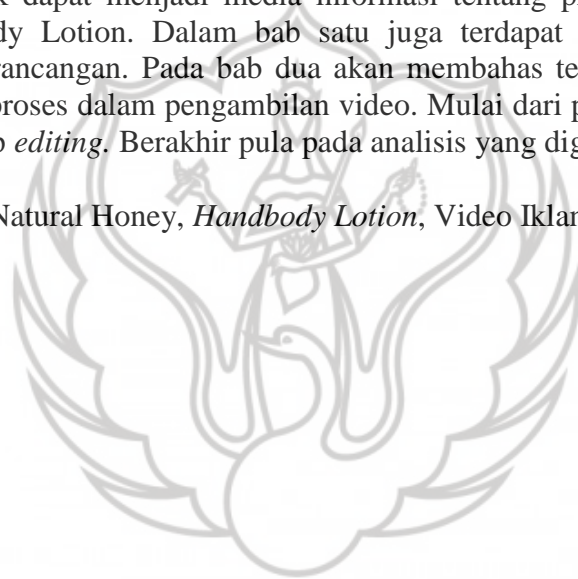
ABSTRAK

Perancangan Video Iklan Natural Honey Hand And Body Lotion Bagi Wanita Indonesia Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

Perancangan video iklan untuk memperkenalkan produk Natural Honey Hand and Body Lotion kepada wanita Indonesia. Perancangan ini untuk lebih membuat wanita Indonesia memahami pentingnya menggunakan *body lotion* yang mampu memberikan perlindungan terbaik bagi kulit mereka dalam kondisi atau keadaan apapun terutama pada daerah tropis yang lebih sering terpapar oleh sinar matahari dan sekaligus mampu meningkatkan penjualan produk di pasaran.

Dalam bab satu akan membahas mengenai permasalahan di atas, dari sini kita akan mendapatkan rumusan masalah yang membantu merancang *video branding* untuk dapat menjadi media informasi tentang produk Natural Honey Hand and Body Lotion. Dalam bab satu juga terdapat tujuan, manfaat, dan sistematika perancangan. Pada bab dua akan membahas tentang teori data yang berkaitan dan proses dalam pengambilan video. Mulai dari praproduksi, produksi, hingga ke tahap *editing*. Berakhir pula pada analisis yang digunakan yaitu SWOT.

Kata Kunci : Natural Honey, *Handbody Lotion*, Video Iklan



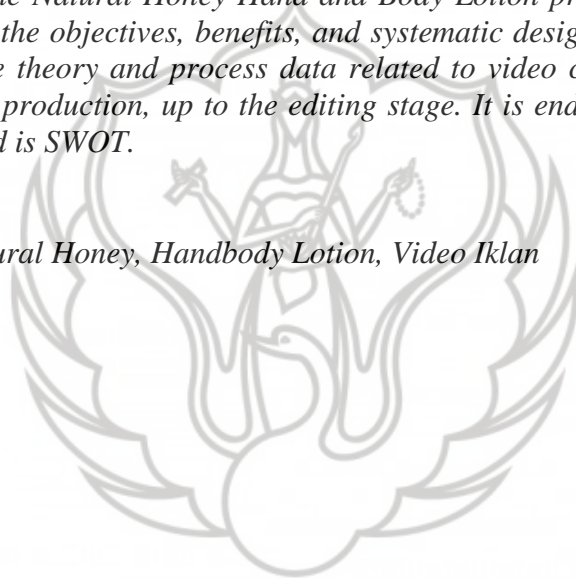
ABSTRACT

Designing Commercial Video Natural Honey Hand And Body Lotion For Indonesian Woman Fransiskus Arwiyadi Pamungkas

Designing an advertising video commercial to introduce Natural Honey Hand and Body Lotion products for Indonesian women. This design to make Indonesian women have better understanding about the importance of using Hand and Body Lotion that give the best protection for their skin in any conditions or circumstances, especially in tropical are more often exposed to the sun and also able to increase marketing sales of its own products.

In chapter one are about of the issues discussed, from here we have the Rumusan Masalah that helps to designing advertising Video to be a information media about the Natural Honey Hand and Body Lotion product. in chapter one also contained the objectives, benefits, and systematic design. the second chapter will discuss the theory and process data related to video capture. ranging from preproduction, production, up to the editing stage. It is ends on the analysis that researcher used is SWOT.

Keyword : *Natural Honey, Handbody Lotion, Video Iklan*



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap negara memiliki letak wilayah dengan keunikan dan keistimewaan tersendiri termasuk negara Indonesia. Jika dilihat dari posisi astronomis, Indonesia terletak di kawasan iklim tropis dan berada di belahan timur bumi. Negara-negara yang memiliki iklim tropis pada umumnya dilimpahi alam yang luar biasa. Curah hujan tinggi akan membuat tanah menjadi subur serta flora dan fauna yang sangat beraneka ragam. Di Indonesia hanya terjadi dua kali pergantian musim dalam setahun yaitu musim kemarau dan hujan. Karena letak Indonesia berada di kawasan tropis, hal ini membuat Indonesia selalu disinari matahari sepanjang tahun. Namun dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir, sinar matahari terasa sangat terik dan musim kemarau berlangsung lebih lama. Efek dari pemanasan global ini membuat kita perlu memberikan perlindungan bagi kulit dari paparan sinar matahari. Matahari mengandung 3 jenis sinar, yaitu *UVA*, *UVB* dan *UVC*.

Sinar *UVA*, sinar ini merupakan komponen terbanyak sinar matahari yang masuk ke bumi, karena mudah menembus lapisan ozon (lapisan pelapis dan pelindung bumi dari sinar matahari). Sinar *UVB* juga berbahaya, sebab mampu menyebabkan timbulnya *melanoma* (kanker kulit paling ganas) yang dianggap terjadi akibat paparan hebat *UVB* di bawah usia 20 tahun. Sebagian besar sinar ini diserap lapisan ozon. *UVC* adalah komponen sinar *UV* yang paling berbahaya. Namun, sinar *UVC* diblok oleh lapisan ozon, sehingga tidak bisa sampai ke bumi.

Bagi masyarakat Indonesia khususnya wanita yang mendapatkan paparan sinar matahari yang cukup banyak, penting sekali untuk memberikan perlindungan bagi kulit baik saat beraktifitas di dalam maupun di luar ruangan. Bagi wanita, menggunakan *lotion* adalah salah satu kebutuhan utama. Apalagi bagi mereka yang sering melakukan aktivitas di luar rumah dan sering terkena paparan sinar matahari. Melindungi kulit dari sengatan matahari adalah hal yang penting karena sinar matahari mengandung *UVA* dan *UVB* yang dapat memberikan efek negatif bagi kulit. Efek negatif tersebut seperti membuat kulit kusam dan tidak bercahaya, timbul bintik-bintik hitam, dan juga bisa membuat kulit kering seperti tak terawat. Namun tidak hanya pada aktifitas di luar ruangan saja. Aktifitas di dalam ruangan berAC juga perlu mendapat perlindungan karena AC dapat membuat kulit menjadi kering.

Dari sinilah muncul berbagai macam perusahaan ternama yang berupaya untuk memberikan solusi perawatan kulit berupa *lotion* bagi wanita. *Lotion* adalah sediaan kosmetika golongan *emolien* (pelembut) yang mengandung air lebih banyak. Sediaan ini memiliki beberapa sifat, yaitu sebagai sumber lembab bagi kulit, memberi lapisan minyak, membuat tangan dan badan menjadi lembut, tetapi tidak berasa berminyak dan mudah dioleskan. *Hand*

and body lotion (losion tangan dan badan) merupakan sebutan umum bagi sediaan ini di pasaran (Sularto, et al, 1995).

Lotion dimaksudkan untuk pemakaian luar kulit sebagai pelindung. Konsistensi yang berbentuk cair memungkinkan pemakaian yang cepat dan merata pada permukaan kulit, sehingga mudah menyebar dan dapat segera kering setelah pengolesan serta meninggalkan lapisan tipis pada permukaan kulit (Lachman, et al, 1994).

Salah satu perusahaan ternama yang memproduksi *hand and body lotion* bagi wanita adalah PT. Tempo Scan. PT Tempo Scan Pacific Tbk dan anak perusahaannya (Tempo Scan) merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. Tempo Scan telah membuktikan kompetensinya di geliat industri dengan keberadaan empat Divisi Usaha Inti (*Core Business Divisions*), yakni Divisi Farmasi, Divisi Produk Konsumen dan Kosmetika, Divisi Manufaktur dan Divisi Distribusi dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Beberapa produk unggulan dari Tempo Scan, seperti bodrex, hemaviton, NEO rheumacyl, Vidoran, Marina dan My Baby terus menjadi pilihan yang melekat di hati masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun.

Hand and body lotion lain yang diproduksi selain Marina adalah Natural Honey. Produk Natural Honey termasuk ke dalam kelompok produk *CPC (Cosmetic and Personal Care)*. Brand Natural Honey sendiri berada di bawah PT.Barclay Products dari *holding* PT.Tempo Scan Pasifik Tbk. Natural Honey diluncurkan pertama kali di Indonesia pada era 1980-an sebagai produk global merek Revlon yang kemudian diakuisi oleh Tempo Scan sebagai perusahaan yang lahir, tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Natural Honey Hand & Body Lotion adalah *Hand & Body Lotion* yang terbuat dari madu alami yang dipercaya mempunyai banyak manfaat, salah satunya bagi kulit. Madu alami berkhasiat untuk menjaga dan membuat kulit sehat. Natural Honey Hand and Body Lotion mengambil inspirasi kecantikan wanita Paris yang dipercaya sebagai kota mode & fashion.

Dalam pemasarannya, Natural Honey memang tidak seterkenal Marina yang jauh lebih dulu diluncurkan. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi khusus dalam pemasaran produk *lotion* ini agar lebih dikenal masyarakat khususnya wanita dewasa yang aktif sebagai target market dari produk Natural Honey. Salah satu strategi yang akan dibuat adalah video iklan yang berdurasi kurang lebih dua menit. Video iklan ini dibuat sebagai sarana promosi produk untuk meningkatkan pemasaran sekaligus memperkenalkan kepada konsumen secara sederhana tentang produk Natural Honey. Video iklan Natural Honey dapat pula digunakan oleh prinsipal sebagai alat bantu saat presentasi kepada client. Video iklan ini akan ditempatkan di web Natural Honey HBL, media sosial serta di tempatkan di klinik kecantikan kulit yang bekerja sama dengan Natural Honey.

Video iklan ini diharapkan mampu membuat konsumen lebih mengenal Natural Honey mulai dari pembuatan, kandungan bahan, pengaplikasian, hingga fungsinya bagi kulit wanita. Dengan demikian melalui

video iklan ini, wanita dapat mengetahui *lotion* yang mereka butuhkan bagi perlindungan kulit mereka.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion bagi wanita Indonesia secara menarik?

C. Tujuan Perancangan

Merancang video iklan Natural Honey Hand and Body Lotion bagi wanita Indonesia secara menarik agar mudah dipahami oleh konsumen.

D. Metode Perancangan

1. Metode Perancangan Kualitatif

Metode Perancangan yang akan digunakan dalam perancangan desain ini dilakukan dengan riset yang berawal dari pengumpulan data secara kualitatif, sehingga memudahkan perancangan desain pada media yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya.

- a. Primer : melalui proses wawancara, umumnya dilakukan dengan wawancara terhadap narasumber atau koresponden yaitu kepada *client* yaitu PT. Tempo Scan Pasifik Tbk. yang memproduksi Natural Honey Hand and Body Lotion, sehingga didapatkan data verbal yang mengenai data-data produk, target market, dan sebagainya.
- b. Sekunder : melalui berbagai sumber seperti buku, artikel, internet, dsb. Umumnya merupakan data yang berupa gambar, simbol, ataupun ikonik, sehingga terlihat oleh indera pengelihatan. Data ini dibuat menjadi video iklan yang di dalamnya terdapat *video*, *motion graphic* dan *stop motion* mengenai produk Natural Honey Hand and Body Lotion. Video iklan ini akan diberikan langsung kepada *client* dan target *audience* PT. Tempo Scan Pasifik Tbk. dan wanita Indonesia.

E. Landasan Teori

Perancangan video iklan ini akan menggunakan teori-teori yang diambil dari ilmu Desain Komunikasi Visual dalam upaya membentuk 6 perancangan yang sesuai dengan kaidah ilmu Desain Komunikasi Visual itu sendiri.

Widyatama dalam Bukunya yang berjudul *Pengantar Periklanan* (2007:13) menuliskan pengertian iklan menurut Otto Klepper (1986), seorang ahli periklanan terkenal asal Amerika yang berjasa besar dalam meruntut asal muasal istilah *advertising*. Dalam bukunya yang berjudul *Adevertising Procedure*, dituliskan bahwa istilah *advertising* berasal dari bahasa latin yaitu *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain.

Pada intinya, pengertian periklanan tidak jauh dari pengertian komunikasi sebagaimana halnya dalam ilmu komunikasi.

Lee dan Jhonson dalam bukunya yang berjudul *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global* (2007 : 3) mendefinisikan istilah periklanan sebagai berikut:

Periklanan adalah komunikasi komersil dan non personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum.

Definisi tersebut mengedepankan aspek komunikasi, baik itu komersil maupun non komersil yang selanjutnya akan disampaikan melalui berbagai media kreatif yang ada dan berkembang di era sekarang ini. Informasi dan pesan yang akan disampaikan, akan menjadi konsumsi masyarakat global dalam artian dapat diterima oleh khalayak umum.

Masyarakat periklanan Indonesia, mengartikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Pengertian sederhana yang mudah dimengerti oleh para praktisi periklanan di negara ini, menggiring mereka untuk terus mengembangkan proses kerja kreatif melalui konsep ide dan gagasan yang dimiliki.

Setiap pelaku periklanan, memiliki target dan tujuan masing-masing dalam menyampaikan sebuah pesan lewat berbagai macam media iklan. Periklanan yang telah menjadi sebuah kebutuhan dalam bisnis, memiliki fungsi-fungsi periklanan. Dalam buku *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*, Lee & Johonson (2000 : 10) membagi fungsi-fungsi tersebut menjadi :

- a. Periklanan menjalankan sebuah fungsi “informasi” : di mana ia mengkomunikasikan informasi produk, ciri-ciri, dan lokasi penjualannya. Ia memberitahu konsumen tentang produk-produk baru.
- b. Periklanan menjalankan sebuah fungsi persuasif : ia mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut.

Periklanan menunjukkan sebuah fungsi “peringat” : ia secara terus menerus mengingatkan para konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka akan tetap membeli produk yang diiklankan tanpa memperdulikan merek pesaingnya.

F. Pembahasan dan Hasil Perancangan

Strategi media adalah suatu metodologi yang digunakan untuk mencapai tujuan media. Dengan demikian strategi media adalah bagaimana cara mencapai *target audience* dari tujuan media yang direncanakan. Pembuatan video iklan adalah salah satu cara yang efektif dan efisien untuk menjangkau pasar atau *audience*. Video iklan ini juga belum dilakukan oleh kometitor sehingga Natural Honey dapat mencuri perhatian pasar. Strategi

yang dilakukan adalah dengan menempatkan *video branding* ini pada sosial media seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter. Penempatan pada klinik kecantikan kulit yang bekerjasama dengan Natural Honey Hand and Body Lotion. Di samping itu, video iklan ini juga akan digunakan saat presentasi produk dengan *clienti* sehingga lebih menarik.

A. Tujuan Kreatif

Tujuan dari perancangan video iklan, dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Memberikan pemahaman kepada *audience* bahwa wanita membutuhkan perlindungan kulit yang alami untuk menghindari kulit dari AC, polusi, dan sinar matahari. Natural Honey hadir sebagai jawaban bagi mereka yang membutuhkan perlindungan kulit dengan harga terjangkau dan tentunya kandungan bahan yang digunakan adalah kandungan bahan alami.
- b. Meningkatkan penjualan produk di pasar dengan cara yang berbeda. Membuat konsumen lebih tertarik untuk menggunakan Natural Honey karena selain harga yang terjangkau madu yang digunakan adalah madu alami yang mampu melindungi kulit dalam kondisi apapun.

B. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah langkah-langkah atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan kreatif. Strategi kreatif yang dilakukan adalah :

- a. Menggunakan video iklan sebagai media baru yang belum dilakukan oleh kompetitor dari Natural Honey Hand and Body Lotion.
- b. Mengemas video iklan dalam bentuk yang lebih unik dan tidak membosankan dengan durasi yang tidak terlalu lama yaitu dengan penggabungan *live shot*, *motion graphic*, dan *stop motion*. Serta menggunakan *talent* berwajah 'Indo' dan konsep Eropa agar mengesankan produk ini lebih internasional.
- c. Penempatan video iklan pada sosial media yang saat ini menjadi bagian penting dalam pemasaran berbagai jenis produk serta digunakan oleh banyak masyarakat. Sehingga mudah untuk dijangkau kapan pun dan di mana pun.

C. Sinopsis

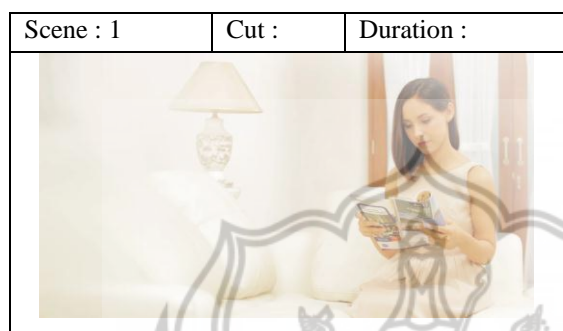
Berawal dari seorang wanita yang sedang duduk membaca majalah, lalu datang sahabatnya yang kemudian menanyakan rahasia kecantikan kulit sehat yang dimiliki oleh wanita itu. Kemudian wanita tersebut menjelaskan tentang rahasia kecantikan yang ia dapatkan. Masuk dalam sebuah motion, di mana wanita tersebut berperan sebagai narator yang menceritakan mulai dari lebah yang terbang untuk mencari madu. Setelah itu, lebah tersebut kembali ke sarang untuk mengumpulkan madu yang telah di dapatkan.

Setelah itu, tetesan madu masuk kedalam sebuah mesin dan muncul simbol-simbol pendukung pembuatan Natural Honey. Setelah proses selesai, muncul lah Natural Honey dengan kemasan baru dan muncul pula simbol-simbol kandungan bahan seperti yoghurt, madu, dan vitamin. Setelah semua itu dikemas, masuk dalam tahap pengaplikasian yang

menggunakan teknik *stop motion*.

Pada tahap ini, wanita tersebut membayangkan seolah-olah iya sedang berada di kantor dan menggunakan Natural honey sebagai produk untuk menjaga kelembaban kulit ketika berada di ruangan ber-AC. Setelah itu iya melanjutkan aktifitas bertemu sahabat di luar ruang, namun masih dalam kondisi ceria karena tetap terlindung oleh Natural Honey. Wanita tersebut berjalan melintasi jalan raya tanpa khawatir akan debu dan polusi. Setelah itu, wanita tersebut berjalan ke arah kamera dan tersenyum dengan ditutup oleh empat produk dari Natural Honey Hand and Body Lotion.

D. Video Iklan Natural Honey Hand And Body Lotion



Notes :

Medium long shot

Seorang wanita duduk di sebuah ruang tamu sambil membaca majalah

Audio : Musik



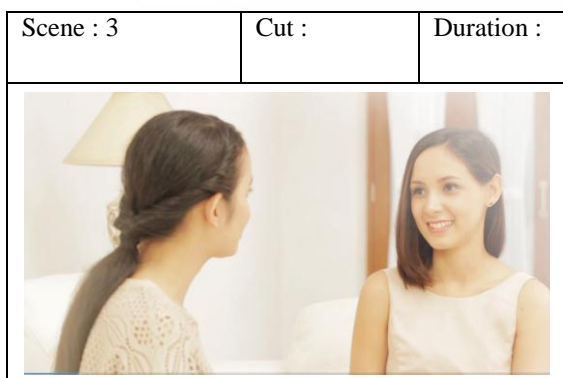
Notes : *Long shot*

Sahabatnya menghampiri dan bertegur sapa di ruang tamu

Audio : Musik

A & B : Hei

B : Lama ga ketemu, kulit kamu makin cantik dan alami.



Notes :


Medium Close Up

Percakapan kedua wanita tentang rahasia kulit cantik

Audio : Musik

B : Apa rahasianya?

A : Iya dong sebagai wanita


Scene : 4	Cut :	Duration :
		

Notes : *Close Up*

Wanita yang menjelaskan kehalusan kulitnya sambil mengusap kulitnya secara perlahan

Audio : Musik

A : kita perlu menjaga kecantikan alami kulit.

Scene : 5	Cut :	Duration :
		


Notes :

Medium close up

Kembali pada percakapan kedua wanita tersebut yang akan menjelaskan rahasia kulit cantiknya

Audio : Musik

A : kamu mau tahu rahasianya?


Scene : 6	Cut :	Duration :
		

Notes :

Motion Graphic lebah yang terbang mencari madu

Audio : Musik

A : Alam memberikanku yang terbaik, lebah-lebah pergi sejauh 2 samapai 3 kilometer,


Scene : 7	Cut :	Duration :
		

Notes :

Motion Graphic lebah yang hinggap pada bunga

Audio : Musik

A : Untuk mengumpulkan serbuk sari dan nektar

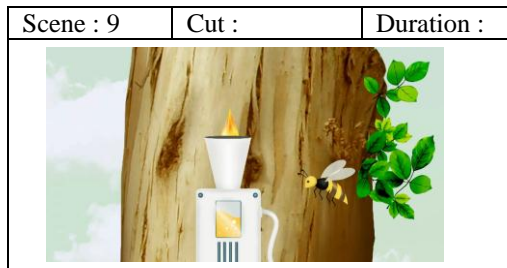
Scene : 8	Cut :	Duration :
		

Notes :

Motion Graphic lebah mengumpulkan madu di sarang

Audio : Musik

A : Hasil yang lebah dapatkan dikumpulkan langsung ke dalam sebuah sarang.

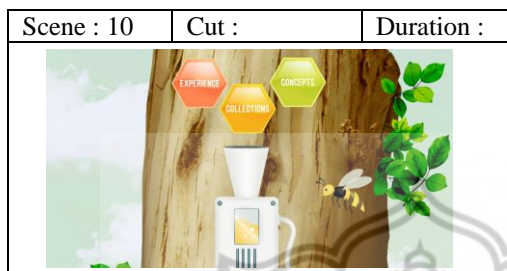


Notes :

Motion Graphic madu menetes dan masuk kedalam mesin

Audio : Musik

A : Madu yang didapatkan adalah madu dengan kualitas terbaik.



Notes :

Motion Graphic kandungan bahan berjalan menuju bawah

Audio : Musik

A : Melalui mesin mukhtahir dan proses teknologi terkini dihasilkanlah.



Notes :

Motion Graphic Natural Honey keluar dari mesin

Audio : Musik

A : Natural Honey Pure Honey Lotion

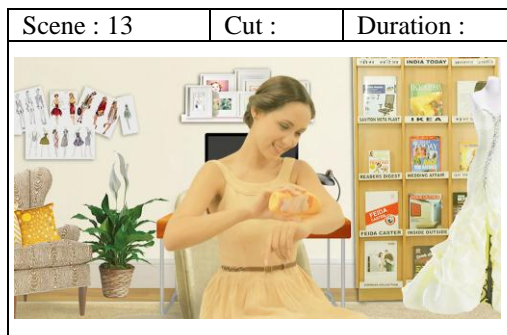


Notes :

Motion Graphic kandungan bahan yang terkandung dalam produk

Audio : Musik

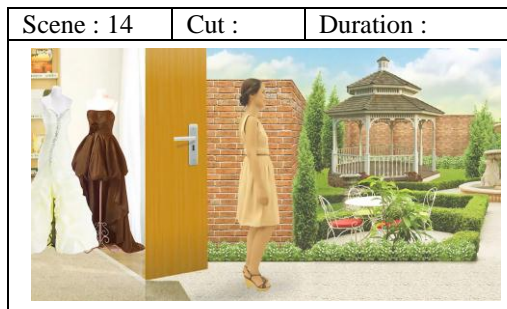
A : yang dipadu dengan yoghurt, pure honey, SPF 30 PA++ dan Vitamin B3.



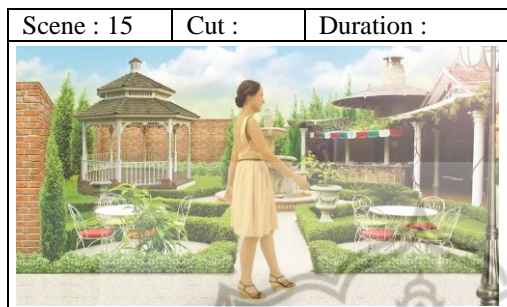
Notes : *Stop motion* seorang wanita di dalam ruangan berAC yang mengenakan Naural Honey sebagai pelindung kulit akar tetap lembab

Audio : Musik

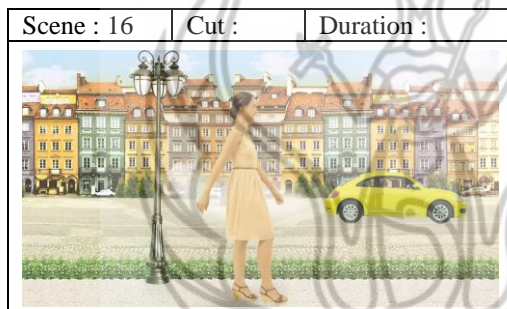
A : Natural Honey dapat merawat kulitmu ketika berada di dalam ruang untuk membuat kulitmu tetap lembab



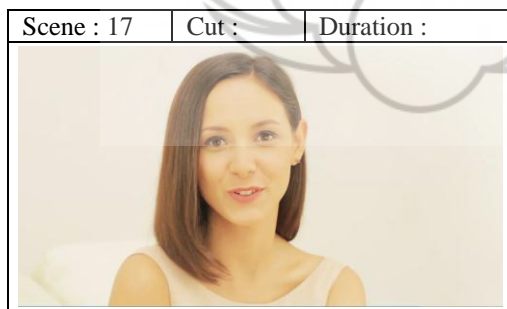
Notes : *Stop motion* seorang wanita berjalan keluar ruangan
Audio : Musik
 A : bila aktifitasmu berada di luar ruang, kamu tidak perlu khawatir dengan sinar UVA dan UVB yang akan mengancam kulit cantikmu.



Notes :
Stop motion seorang wanita yang berjalan melewati taman
Audio : Musik
 A : karena natural Honey dapat melindungi sepanjang hari. Dengan begitu harimu akan lebih menyenangkan.



Notes :
Stop motion seorang wanita berjalan melewati pinggir kota yang panas dan berdebu
Audio : Musik
 A : Sekarang debu, polusi, lingkungan buruk dan radikal bebas bukan masalah lagi.



Notes :
Medium Close Up
 Wanita yang berbicara tentang *tagline* produk ke arah kamera
Audio : Musik
 A : Natural Honey, madu alami untuk kecantikan kulitmu.



Notes :
Long shot
 4 produk dengan *background* kedua wanita yang sedang berbincang-bincang
Audio : Musik

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 mencakup target market yang lebih luas.

Hal yang dibuktikan 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.

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 menggunggahnya 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.

Lee, Monle & Johonson, Carla. (2007), *Principle of Advertising: A Global Perspective Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, terjemahan Haris Munandar & Dudi Priatna, Kencana, Jakarta.

Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher, Yogyakarta

