



BAB 11

TINJAUAN LITERATUR

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan Perancangan Iklan Produk Lokal Glow Candy Berbasis Multimedia yang akan dijelaskan dalam bab ini. Penelitian-penelitian tersebut dilakukan dengan topik yang sejalan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

2.1 Perancangan Multimedia Produk Lokal Glow Candy

Iklan produk adalah bentuk promosi atau komunikasi yang dirancang untuk memperkenalkan, menarik minat, dan mendorong konsumen untuk membeli produk. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi tentang produk, menonjolkan keunggulan atau manfaatnya, dan menarik konsumen agar merasa bahwa produk tersebut adalah solusi yang mereka butuhkan. Iklan produk dibuat dengan memperhatikan target pasar, dan dapat ditampilkan diberbagai media seperti, televisi, radio, internet, media cetak, atau di media sosial.

Glow candy adalah sebuah produk inovatif yang terbuat dari bahan alami air buah kelapa dengan tambahan efek visual yang bercahaya dan menarik. Glow candy memiliki banyak varian rasa seperti rasa original, pandan, kunyit dan jahe dan menggunakan gula tebu sebagai pemanis permen tersebut sehingga baik untuk kesehatan tubuh manusia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Negeri

Tabel 2.1 Review Penelitian

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dede Nuriman, Dwi Yuli Prasetyo	Iklan Media Promosi Unisi Berbasis Animasi 2 Dimensi.	- Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. - Hasil dalam penelitian ini masyarakat dapat mencerna dan memahami Apa saja Fakultas dan Jurusan yang ada di-Unisi serta mengetahui bahwa Universitas ini sudah diAkui dan Terakreditasi, agar tidak adalagi keraguan dan masyarakat dapat kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan ke perguruan Tinggi.
2	Dwi Yuli Prasetyo, Asniati Bindas, Muhammad	<i>Audio-Visual Learning Media Using Pecs (Picture Exchange Communication</i>	- Penelitian menggunakan metode Picture Exchange Communication System (PECS) dan bahasa isyarat pada tahap awal.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Akbar, Muhammad Iqbal	<i>System) Method In Public Special School (SLBN) 033 Tembilahan</i>	- Penelitian ini menghasilkan sebuah media pembelajaran audio visual berupa video tentang technopreneurship sablon baju dengan desain yang dibuat oleh siswa tunarungu sendiri di Sekolah Luar Biasa Negeri (SLBN) 033 Tembilahan.
3	Bayu Rianto, Indrawan Alsa	Perancangan Aplikasi Promosi Universitas Islam Indragiri Berbasis Multimedia Interaktif	- Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode Analisa PIECES - Penelitian ini menghasilkan Multimedia ini akan mampu memuat informasi yang di sertai gambar. Di dalam media ini juga akan menampilkan profil dan penjelasan lengkap tentang Universitas Islam Indragiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			dikemas dalam bentuk aplikasi android yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya
4	Jumriah Alfiani,, Muh.Rasyid Ridha, Fitri Yunita, Rosliana	Penerapan Model Pengembangan Lutherdalam Pembuatan Video Promosi Kampus	- Jenis penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan model pengembangan multimedia Luther - Penelitian ini menghasilkan kombinasi animasi dan video dengan perbedaan dalam proses pembuatan animasi karakter pembantu yang hanya muncul beberapa kali dalam frame tertentu model pengembangan Luther terbukti efektif dalam pembuatan video promosi kampus yang kreatif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			dan informatif, memberikan wawasan tentang promosi pendidikan tinggi dan pemasaran program studi kepada calon mahasiswa serta masyarakat umum. Hasil perancangan multimedia video promosi ini berdurasi 100 detik dengan video kombinasi animasi sebagai karakter narrator
5	Nurlianti , Muh. Rasyid Ridha	Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner	- Metode penelitian ini menggunakan metode Pengembangan villamil molina - Penelitian ini menghasilkan iklan bisnis kuliner yang berstudi kasus di mie pedas Maut Tembilahan menghasilkan sebuah video iklan bagi usaha mie pedas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			pedas Maut sebagai bahan promosi produk usaha
6	Sahal Nur Wahyu Lutfiantomo, Kusnadi, Ateng Setiawan	Perancangan Iklan Motion Graphic Video Sebagai Media Promosi Di Instagram Easyline Creative Space	- Dalam proses penelitian, metode yang digunakan adalah metode kualitatif - Perancangan ini menghasilkan motion graphic video sebagai media promosi dari EasyLine Creative Space yang akan di sebarakan di media sosial Instagram EasyLine Creative Space. Dengan perancangan ini diharapkan informasi produk, jasa dan kegiatan dari EasyLine Creative Space lebih dikenal banyak orang. - Masing masing seri memiliki durasi video sekitar 30detik. Dalam pembuatan motion graphic video akan menerapkan tema flat design agar terstruktur, lebih mudah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Negeri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			dimengerti, dan meningkatkan keterbacaan yang efektif di berbagai layar. Tema yang akan diambil oleh penulis dalam menerapkan motion graphic video ini adalah mural graffiti yang sesuai dengan target audience yaitu, seniman mural graffiti.
7	Ramdhani, A., Hardian, R. & Maulana Fajar, A	Pembuatan <i>metion graphic</i> pengenalan desain komunikasi visual	- <i>Motion graphic</i> dibuat dengan menggunakan teknik dan beberapa tahapan mencakup konsep awal, penulisan naskah atau narasi, <i>storyboard</i> , <i>sound</i> (<i>voiceover</i> , <i>music</i> dan <i>sound effects</i>) dan <i>animation</i> . - Semakin singkat semakin baik, lebih baik dapat menyampaikan pesan dalam Waktu 30 detik, sedangkan 60 detik masih bisa diterima dan 90 detik merupakan rekomendasi maksimal dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			penyampaian pesan, yang mesti diingat dimana waktu yang sangat terbatas di video yaitu semakin singkat semakin baik.
8	Syauqi Alaik Muhammad, Agung Winarno, Agus Hermawan	Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Green Bean Kopi	- Metode yang dilakukan peneliti terhadap UMKM ini yaitu dimulai dengan identifikasi dan sosialisasi, Analisis Kebutuhan UKM, Branding Produk, Kerjasama dengan Cafe, Pemantauan Progres UMKM, dan Penyusunan Laporan. - Hasilnya terdapat pembuatan logo produk serta label informasi dalam kemasan produk dan terjalannya kerjasama dengan 3 cafe yaitu menara coffee, ngesis coffee dan ngesis coffee 2 untuk pengenalan produk dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			tujuan meningkatkan minat beli.
9	Azallea Nasafka Suryantara , Desi Sartika, Elda Apriana Riska, Wiranty,Rheinada Herdianawati, Reyshafa Sahada Hafid, Alvin Andria Pratista, Azwar Septian Chaniago	Analisis Konstruksi Makna Visual Iklan Gojek 'Pasti Ada Jalan' Berdasarkan Semiotika Dan Warna	- Metode studi literatur adalah pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji berbagai sumber akademis, seperti artikel ilmiah, buku, dan laporan industri, guna memahami konsep-konsep terkait komunikasi visual, semiotika, dan peran warna dalam pemasaran. - Penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam tentang tanda-tanda visual dan psikologi warna dalam meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Strategi komunikasi visual yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Tabel 2.1 Review Penelitian Lanjutan

NO	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			dirancang dengan baik dapat mendorong kepercayaan konsumen dan membangun hubungan emosional jangka panjang dengan merek
10	Wilda Rohim Hatta1, Jupriani	Tinjauan Visual pada Iklan Pocari Sweat Bintang SMA	- Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menguraikan tanda-tanda yang muncul dalam iklan, baik dalam level denotatif maupun konotatif. - Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pocari Sweat secara efektif mengajak audiensnya dengan visual yang menggambarkan semangat, kebebasan, dan kebersamaan. Dengan memanfaatkan warna cerah, simbol pergerakan, dan interaksi karakter.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Melalui hasil penelitian terdahulu, penulis akan merancang sebuah video iklan produk lokal glow candy guna memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada masyarakat seperti penelitian yang dilakukan oleh beberapa jurnal terdahulu adalah sebagai berikut.

Dede Nuriman, Dwi Yuli Prasetyo, dengan judul Iklan Media Promosi Unisi Berbasis Animasi 2 Dimensi dan Hasil dalam penelitian ini masyarakat dapat mencerna dan memahami Apa saja Fakultas dan Jurusan yang ada di-Unisi serta mengetahui bahwa Universitas ini sudah diAkui dan Terakreditasi, agar tidak adalagi keraguan dan masyarakat dapat kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan ke perguruan Tinggi. [6]

Dwi Yuli Prasetyo, Asniati Bindas, Muhammad Akbar, Muhammad Iqbal, dengan judul Audio-Visual Learning Media Using Pecs (Picture Exchange Communication System) Method In Public Special School (SLBN) 033. Penelitian ini menghasilkan sebuah media pembelajaran audio visual berupa video tentang technopreneurship sablon baju dengan desain yang dibuat oleh siswa tunarungu sendiri di Sekolah Luar Biasa Negeri (SLBN) 033 Tembilahan. [7]

Bayu Rianto, Indrawan Alsa, dengan judul Perancangan Aplikasi Promosi Universitas Islam Indragiri Berbasis Multimedia Interaktif. Penelitian ini menghasilkan Multimedia ini akan mampu memuat informasi yang di sertai gambar. Di dalam media ini juga akan menampilkan profil dan penjelasan lengkap tentang Universitas Islam Indragiri. Media ini nantinya akan dikemas dalam bentuk aplikasi android yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya. [8]



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri**

Jumriah Alfiani,, Muh.Rasyid Ridha, Fitri Yunita, Rosliana, dengan judul Penerapan Model Pengembangan Luther dalam Pembuatan Video Promosi Kampus. Penelitian ini menghasilkan kombinasi animasi dan video dengan perbedaan dalam proses pembuatan animasi karakter pembantu yang hanya muncul beberapa kali dalam frame tertentu. Model pengembangan Luther terbukti efektif dalam pembuatan video promosi kampus yang kreatif dan informatif, memberikan wawasan tentang promosi pendidikan tinggi dan pemasaran program studi kepada calon mahasiswa serta masyarakat umum. Hasil perancangan multimedia video promosi ini berdurasi 100 detik dengan video kombinasi animasi sebagai karakter narrator. [9]

Nurlianti, Muh. Rasyid Ridha, dengan judul Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner. Penelitian ini menghasilkan iklan bisnis kuliner yang berstudi kasus di mie pedas Maut Tembilaan menghasilkan sebuah video iklan bagi usaha mie pedas pedas Maut sebagai bahan promosi produk usaha. [10]

Sahal Nur Wahyu Lutfiantomo, Kurnadi, Ateng Setiawan, dengan judul Pembuatan *metion graphic* pengenalan desain komunikasi visual. Perancangan ini menghasilkan motion graphic video sebagai media promosi dari EasyLine Creative Space yang akan di sebar di media sosial Instagram EasyLine Creative Space. Dengan perancangan ini diharapkan informasi produk, jasa dan kegiatan dari EasyLine Creative Space lebih dikenal banyak orang. [11]

Ramdhani, A., Hardian, R. & Maulana Fajar, A, dengan judul Pembuatan metion graphic pengenalan desain komunikasi visual. *Motion graphic* dibuat



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri**

dengan menggunakan teknik dan beberapa tahapan mencakup konsep awal, penulisan naskah atau narasi, *storyboard*, *sound* (*voiceover*, *music* dan *sound effects*) dan *animation*. Semakin singkat semakin baik, lebih baik dapat menyampaikan pesan dalam Waktu 30 detik, sedangkan 60 detik masih bisa diterima dan 90 detik merupakan rekomendasi maksimal dalam penyampaian pesan, yang mesti diingat dimana waktu yang sangat terbatas di video yaitu semakin singkat semakin baik. [12]

Syauqi Alaik Muhammad, Agung Winarno, Agus Hermawan, dengan judul Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Green Bean Kopi. Penelitian ini menghasilkan pembuatan logo produk serta label informasi dalam kemasan produk dan terjalannya kerjasama dengan 3 cafe yaitu menara coffee, ngesis coffee dan ngesis coffee 2 untuk pengenalan produk dengan tujuan meningkatkan minat beli. [13]

Azallea Nasafka Suryantara , Desi Sartika, Elda Apriana Riska, Wiranty,Rheinada Herdianawati, Reyshafa Sahada Hafid, Alvin Andria Pratista, Azwar Septian Chaniago, dengan judul Analisis Konstruksi Makna Visual Iklan Gojek ‘Pasti Ada Jalan’ Berdasarkan Semiotika Dan Warna. Penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam tentang tanda-tanda visual dan psikologi warna dalam meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Strategi komunikasi visual yang dirancang dengan baik dapat mendorong kepercayaan konsumen dan membangun hubungan emosional jangka panjang dengan merek. [14]

Wilda Rohim Hatta¹, Jupriani, dengan judul Tinjauan Visual pada Iklan Pocari Sweat Bintang SMA. Hasil dari penelitian ini akan diimplementasikan



pada akun media sosial Renjana Kopi melalui Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pocari Sweat secara efektif mengajak audiensnya dengan visual yang menggambarkan semangat, kebebasan, dan kebersamaan. Dengan memanfaatkan warna cerah, simbol pergerakan, dan interaksi karakter. [15]

2.2 Rangkuman

Berdasarkan rangkuman dari beberapa jurnal penelitian dan melakukan perbandingan terhadap jurnal yang di review, dari perbandingan tersebut terdapat beberapa penelitian dari tinjauan literatur yang diperoleh dan memiliki beberapa perbedaan dari segi tema, metode, dan aplikasi video yang digunakan. ada 10 jurnal yang dikutip untuk melakukan perbandingan dan dijadikan referensi dalam pembuatan iklan produk yang dibuat oleh peneliti, dan terdapat persamaan terhadap yang dihasilkan yaitu sebuah video produk.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukan bahwa video iklan promosi memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan kualitas promosi diberbagai aspek. Dengan adanya penelitian ini diharapkan semakin banyak masyarakat yang meningkatkan hasil UMKM desa yang lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.