



## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pembuatan video iklan Glow Candy dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Digitalisasi dan multimedia** sangat efektif dalam mendukung promosi produk lokal seperti Glow Candy, khususnya dalam bentuk video interaktif berbasis animasi.
2. Video iklan Glow Candy berhasil menampilkan informasi produk secara visual menarik, dengan varian rasa alami dan desain yang menggambarkan kesegaran dan kesehatan.
3. **Metode MDLC** yang digunakan dalam pembuatan video (konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, distribusi) terbukti tepat untuk mendukung tahapan produksi secara sistematis.
4. Berdasarkan **hasil kuesioner dari 10 responden**, sebanyak **94% menyatakan sangat setuju** bahwa video iklan efektif dan menarik untuk mengenalkan produk Glow Candy kepada masyarakat.
5. Promosi melalui **media sosial** terbukti menjadi alat yang tepat sasaran untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal desa Kotabaru Seberida.

#### 1.2 Saran

Dalam pembuatan video iklan ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan proses penelitian yang dilakukan, maka dari itu saran untuk peneliti selanjutnya adalah:



#### 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.

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.

1. Peningkatan kualitas produksi seperti animasi yang lebih halus, penambahan ilustrasi pengguna produk, atau testimonial, dapat memperkuat daya tarik promosi.
2. Penyebaran video sebaiknya tidak hanya melalui media sosial, tapi juga melalui event desa, bazar UMKM, dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk jangkauan yang lebih luas.
3. Konsistensi branding Glow Candy perlu dijaga, baik dari sisi visual (logo, warna, kemasan) maupun pesan kampanye yang dibangun agar mudah dikenali publik.
4. Evaluasi rutin terhadap efektivitas video iklan perlu dilakukan secara berkala melalui survei konsumen, untuk memperbarui strategi pemasaran bila diperlukan.
5. Pelatihan dan edukasi kepada pelaku UMKM lokal tentang pembuatan konten digital dapat meningkatkan kemandirian mereka dalam mempromosikan produknya secara berkelanjutan.