

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan data yang telah didapatkan dalam penulisan laporan perancangan kampanye sosial mengenai promosi Phillorist Flowershop menggunakan media video profil ini menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan terhadap produk dan toko itu sendiri yang berada di Kota Bandung. Hasil data menunjukkan bahwa saat ini masyarakat masih banyak yang kurang mengetahui tentang Phillorist Flowershop, data tersebut bisa diperkuat berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada masyarakat sekitar Kota Bandung, banyak dari masyarakat berpendapat bahwa rangkaian *souvenir* bunga kering masih kurang dalam peminat. Selain itu masyarakat mengatakan bahwa kurangnya informasi seputar Phillorist Flowershop. Maka dari itu promosi merupakan suatu cara untuk memasarkan produk dengan tujuan agar menarik perhatian konsumen, maka dari itu promosi menjadi peran yang sangat penting bagi pemilik usaha yang menawarkan suatu produk mulai dari produk yang premier, sekunder hingga tersier. Menyampaikan pesan promosi dapat memakai media atau cara yang bermacam-macam, salah satunya dalam perancangan promosi Phillorist Flowershop menampilkan media promosi memakai media video yang disebar di sosial media Youtube yang di harapkan dapat memudahkan khalayak mengakses video promosi dengan mudah dan praktis ditambah pengguna internet yang mengakses sosial media semakin meningkat.

### **V.2 Saran**

Dalam perancangan ini masih belum sepenuhnya memenuhi kriteria yang tepat maka dari itu perancangan media video profil ini diharapkan dapat mempermudah para penggiat usaha yang sedang merintis usahanya khususnya yang berada di Kota Bandung dan juga perancangan ini dapat dijadikan referensi dan menjadi motivasi yang ingin mengangkat topik ini dikemudian hari.