Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, analisa pada studi kasus yang dilakukan kepada klinik Pet+Vet data yang telah didapat menginformasikan keberadaan klinik Pet+Vet selama ini masih belum dilihat oleh para pencinta hewan peliharaan yang berdomisli di Jabodetabek, khususnya para pekerja kantoran dan yang bertempat tinggal di apartment. Dengan adanya hasil data tersebut yang akhirnya membuat penulis mencoba untuk meningkatkan nilai suatu produk dengan merancang sebuah media promosi yang efektif dan dapat diterima masyarakat maupun calon konsumen untuk datang ke Klinik Pet+Vet dengan harapan meningkatkan jumlah pasien dan mendapatkan kepercayaan yang lebih kepada pelanggan atau calon konsumen.

5.2. Saran

Penulis memiliki beberapa masukan kepada klinik Pet+Vet diantaranya, klinik Pet+Vet perlu mencoba untuk lebih peka dan mau lebih mengenalkan *brand*nya kepada masyarakat luas. Dengan cara melakukan beberapa survey yang dilakukan kepada beberapa target masyarakat yang belum mengenal adanya klinik Pet+Vet dan mengetahui jenis promosi apa yang sesuai dengan target yang ingin dicapai sehingga akan efektif dan dapat diterima masyarakat.

Klinik Pet+Vet juga memerlukan pendalaman *image* untuk meyakinkan masyarakat dalam menjual *brand*nya karena selama ini promosi klinik Pet+Vet hanya dikenal melalui mulut ke mulut atau rekomendasi oleh kerabat terdekat. Maka untuk menyesuaikan dengan *target market*nya, klinik Pet+Vet memerlukan media promosi yang sesuai dan efektif dikalangannya.

Beberapa saran untuk para desainer yang akan mengambil tema promosi antara lain,

1. kenali dan pelajari lebih jelas mengenai brand suatu perusahaan dan apa yang ingin dicapai dari dari perusahaan tersebut
2. Apakah perusahaan tersebut membutuhkan promosi, jika butuh, pelajari beberapa media-media promosi yang kiranya cocok oleh perusahaan tersebut yang sesuai dengan target market dari perusahaan tersebut.

Seorang desainer harus mampu menganalisa suatu permasalahan yang ada pada suatu perusahaan dimana hal tersebut menjadi landasan dari sebuah rancangan promosi pada perusahaan tersebut. Dimana desainer tersebut akan membuat objek penelitian guna mencari tahu teknik promosi yang tepat untuk perusahaan tersebut. Desainer akan mencoba membuat suatu desain yang efektif dalam membuat media promosi yang tepat sesuai dengan target yang dituju.

Dengan adanya serangkaian proses perancangan diatas dapat menunjukkan seorang desainer yang harus bisa diandalkan ,tekun dalam melakukan berbagai hal, mau mencoba, dan kreatif yang memiliki ide-ide luar biasa sehingga dapat menciptakan suatu desain dan karya yang luar biasa.