



### **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.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, Klinik Maharis merupakan klinik yang baik dan mampu menyaingi kompetitor-kompetitor lainnya. Klinik ini juga memiliki pelayanan serta dokter yang handal. Pelayanan yang ramah dan dokternya yang pintar serta detail dalam pengerjaannya menjadi keunggulan tersendiri untuk dipromosikan. Akan tetapi hal itu harus ditunjang dengan promosi yang baik agar orang-orang lebih mengenal klinik maharis dan mengenali keunggulan-keunggulannya dibanding kompetitor lainnya. Hal ini dapat terlihat dari kurangnya upaya klinik maharis dalam melakukan promosi.

Media promosi yang dilakukan oleh Klinik Maharis hanyalah berupa sosial media, iklan majalah, pemberian diskon tahunan, dan mengadakan *event-event* seminar. Klinik yang terletak di Jl. Malabar No. 19, Guntur, Jakarta Selatan ini baru akan membuka cabang pertamanya. Beberapa hal tersebut merupakan dasar mengapa penulis ingin membuat perancangan media promosi yang dapat menarik minat dan perhatian konsumen terhadap klinik maharis, dengan harapan dapat meningkatkan omset dan memperkenalkan klinik maharis ke masyarakat yang lebih luas.

Perancangan media promosi ini difokuskan pada konsep cantik, elegan, dan detail, dengan big idea "*Shall We Tailor You?*". Sehingga dapat menarik rasa

ingin tahu masyarakat terhadap klinik maharis. Dominasi foto yang penulis gunakan juga menjadi salah satu daya tarik yang dapat dimanfaatkan. Perpaduan elemen yang berupa warna, garis, *font*, dan tipografi dapat mendukung visualisasi. Perancangan media promosi ini terbagi menjadi dua, yaitu primer dan sekunder. Pada media primer, penulis menggunakan media *billboard*, pada media sekunder penulis menggunakan media *x-banner*, *backdrop*, iklan majalah, media sosial, *web-banner*, kupon undian, dan *merchandise*. Dengan adanya perancangan media promosi ini, penulis berharap dapat memperkenalkan Klinik Maharis kepada masyarakat luas.

## **5.2. Saran**

Penulis menyadari bahwa perancangan tugas akhir ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu peneliti sangat seang untuk menerima kritik dan saran dari pembaca, dengan alasan untuk menyempurnakan laporan tugas akhir ini. Media promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan dan meningkatkan omset dari klini maharis sendiri. Dalam penerapan konsep untuk disampaikan kepada masyarakat luas juga menjadi hal yang sangat penting, peneliti diminta agar dapat menentukan pesan yang tepat sesuai dengan target konsumen, agar mereka tertarik dan mau mencoba perawatan di klinik maharis.