



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

Sebagai perusahaan *pet care* yang membuka banyak cabang dengan penanggung jawab yang berbeda-beda, hal ini tentunya berpengaruh terhadap cara maupun gaya dari masing-masing penanggung jawab untuk mempromosikan Laras Satwa.

Proses dalam mengolah data sampai dengan perancangan tentunya sangat panjang untuk bisa menciptakan promosi yang baik dan sesuai, serta memberikan dampaknya kepada Laras Satwa dalam menarik konsumen baru maupun yang lama. Macam-macam perhitungan dengan berbasis data yang diperoleh juga diusahakan agar promosi tetap *relate* dengan situasi dan kondisi konsumen, baik itu dari segi psikis, geografis, usia, sampai dengan profesinya.

Kemudian Pengolahan ide dan konsep sampai bisa dilihat atau di konsumsi oleh orang lain juga diusahakan untuk bisa terlihat unik dan baru, dengan memunculkan gaya visual serta latar belakang konsep yang berbeda dan belum pernah diterapkan pada *pet shop* lain sebelumnya.

Melalui perancangan promosi beserta media yang sudah disediakan untuk program promosi ini, diharapkan Laras Satwa dapat lebih memperhatikan cara mereka memasarkan brand, produk, maupun jasanya secara merata, dan tentunya juga harus menyesuaikannya dengan kebutuhan masyarakat. Terlalu memfokuskan pembenahan internal yang dominan tentunya akan berdampak bagi

Laras Satwa secara eksternal, karena keduanya harus berjalan seimbang untuk bisa saling menopang satu sama lain. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan diaplikasikan secara nyata bagi pihak terkait.

## **5.2. Saran**

Perancangan ini tak lepas juga mendapatkan berbagai macam kritik, masukan dan saran dari para dosen berpengalaman. Masukan tersebut diantaranya meliputi teknis hingga elemen visual pada media yang digunakan selama promosi ini. Sebagian dosen mengkritik dari segi *copywriting* yang dipilih karena pesannya tidak tersampaikan dengan baik apabila dikaitkan dengan pemilihan objek visualnya.

Selain itu, penulis juga menyarankan apabila pembaca adalah mahasiswa yang akan merancang Skripsi/Tugas Akhir dengan mengangkat, mengadopsi teori, maupun mengembangkan tema serupa dengan penulis, atau sudah menentukan topik yang berbeda, pastikan bahwa topik yang akan diangkat sebagai pembahasan adalah topik yang unik, punya *urgensi* yang sekiranya perlu diselesaikan, menarik untuk diteliti bagi peneliti sehingga dapat memotivasi peneliti untuk mengumpulkan data serta menyelesaikan laporannya, dan mempunyai data serta alasan yang kuat mengenai latar belakang, mengapa topik yang diangkat tersebut perlu diteliti lebih lanjut. Dalam merancang promosi, calon peneliti juga perlu mengenal target sarasannya dengan baik, karena calon peneliti juga harus menentukan media yang akan digunakan sebagai *platform* dalam menyalurkan promosi dengan tepat agar mengenai sasaran yang dituju, sehingga promosi berjalan dengan efisien.

Selain itu, penulis menyarankan bagi calon peneliti agar tetap mengantisipasi berbagai macam hal yang buruk kedepannya untuk mengurangi situasi yang menghambat proses pengumpulan data dan kelancaran pengerjaan seperti yang penulis alami pada saat proses perancangan skripsi ini yaitu wabah pandemik *global*. Wabah ini tentunya sangat mempersulit penulis untuk melakukan proses produksi yang membutuhkan kontak langsung atau bertemu dengan orang lain, berpergian keluar rumah, atau survey ke tempat tertentu untuk mengumpulkan aset visual.