

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Majalah Mombi adalah majalah anak-anak yang dikhususkan untuk anak usia dini yaitu usia 3 tahun sampai 7 tahun dalam memperkenalkan teori dasar seperti membaca, berhitung, menulis, dan berkreasi. Majalah Mombi ini sudah berdiri cukup lama, namun sesuai dengan data yang penulis dapatkan bahwa majalah Mombi ini masih terdengar asing di kalangan ibu rumah tangga. Oleh sebab itu, penulis merancang promosi untuk majalah Mombi.

Untuk pertama kalinya sebelum perancangan promosi majalah Mombi penulis melakukan pengumpulan data dengan *mix method* yaitu dengan cara kualitatif dan kuantitatif. Penulis melakukan pengumpulan data *mix method* tersebut guna untuk mendapatkan data masalah dari sudut pandang target audiens dan dilengkapi dengan wawancara terhadap pihak majalah Mombi.

Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan penulis melakukan perancangan dengan menggunakan metode perancangan Landa (2010) yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, implementation*. Dari metode perancangan tersebut penulis terlebih dahulu menganalisa data yang sudah terkumpul dan mendapatkan kesimpulan bahwa majalah Mombi ini memerlukan promosi karena menurut Ardhi (2013) promosi tersebut memiliki tujuan penting untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan kepada kebutuhan target audiens mengenai

kelebihan pada produk yang dijual oleh perusahaan (hlm. 9). Dengan melakukan promosi menurut Morissan (2010) bahwa promosi tersebut juga bertujuan untuk memperkenalkan produk perusahaan yang dijual kepada target audiens, menjelaskan kepada target audiens mengenai produk perusahaan yang dijual, dan memperbaiki citra perusahaan (hlm. 10). Setelah melakukan *overview* penulis melanjutkan *strategy* dengan mengumpulkan brainstorming dan mendapatkan USP atau Unique Selling Point pada majalah Mombi yaitu majalah yang memiliki banyak manfaat yaitu membantu dalam mengembangkan motorik halus anak, menjadikan media teman belajar anak, dan menjadi media acuan orang tua dalam memperkenalkan teori dasar seperti membaca, berhitung, menulis, dan berkreasi.

Setelah mendapatkan USP, penulis melanjutkan dengan tahap ideas yaitu pengumpulan data dengan menggunakan mind mapping, dan mendapatkan kata kunci yaitu kasih sayang, terisitimewa, dan cemerlang, didukung dengan *key message* yaitu “belajar yang lengkap dan menyenangkan bersama majalah Mombi” dari kata kunci dan *key message* tersebut terdapat mendapatkan *big idea* yaitu “Anak Cemerlang Impian Sang Ibunda”. Hal tersebut memberikan pesan kepada target audiens bahwa majalah itu penting untuk membantu mengembangkan motorik halus, membantu memperkenalkan teori dasar kepada anak, dan membantu mengembangkan kecerdasan kepada anak dengan menggunakan media belajar yang tepat. Pada perancangan promosi majalah Mombi tersebut penulis tidak lepas dengan studi pustaka yang sudah penulis lakukan sehingga pada tahap perancangan penulis sesuai dengan teori dasar yang sudah ada.

5.2. Saran

untuk mahasiswa/i selanjutnya yang akan mengambil perancangan promosi ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Perhatikan target audiens yang akan dicapai dalam perancangan promosi. jangan sampai desain yang dibuat tidak sesuai dengan target audiens.
2. Lakukan penelitian lebih dalam mengenai masalah yang dihadapi sehingga topik yang akan diangkat sesuai dan tepat dalam perancangan desain.
3. Pada perancangan promosi pergunakanlah ilmu dan referensi terbaru karena akan sangat membantu dalam perancangan desain.
4. Dalam pelaksanaan Tugas Akhir gunakan waktu yang efisien mungkin agar waktu yang ada tidak terbuang sia-sia sehingga hasil desain dan hasil outputnya bisa lebih maksima.