



### **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

Let's Adopt! Indonesia merupakan organisasi nirlaba yang bergerak di bidang perlindungan hewan, dengan misi meningkatkan kesejahteraan hidup bagi para hewan terlantar di Indonesia. Dalam mencapai misi tersebut, Let's Adopt! Indonesia menyelenggarakan serangkaian program yang dijalankan dengan bantuan donasi dan/atau kerjasama bersama instansi-instansi yang memiliki minat serupa.

Namun sayangnya riset menyatakan bahwa program yang umum dikenal masyarakat sebagai upaya perlindungan hewan hanyalah *rescue*. Selain itu, mayoritas masyarakat juga belum mengenal organisasi Let's Adopt! Indonesia dan program-programnya, padahal organisasi ini menawarkan beragam macam program lainnya selain *rescue* yang sifatnya bukan hanya menangani namun juga mencegah kasus penelantaran hewan, seperti program TNR atau *Trap-Neuter-Return*, steril bersubsidi, dan edukasi masyarakat. Maka dari itu, penulis merancang media promosi untuk memaksimalkan jangkauan program Let's Adopt! Indonesia, dengan cara mengkomunikasikan keunikannya sebagai upaya peningkatan minat donatur terhadap organisasi ini dan program-programnya.

Media yang dirancang mencakup iklan di media sosial (Instagram dan TikTok *ads* serta kolaborasi dengan *public figure*) and iklan di media tradisional (poster, billboard, dan banner) untuk menangkap perhatian audiens, *post* sehari-hari di media sosial (Instagram dan Facebook *feed*) untuk meningkatkan intensitas ketertarikan audiens, website untuk menyediakan informasi terperinci mengenai organisasi Let's Adopt! Indonesia dan program-programnya serta cara berpartisipasi, *merchandise* beserta *post* yang mempromosikannya dan mendorong audiens untuk berkontribusi lewat donasi, dan *challenges* yang mengajak audiens untuk membagikan atau menyebarkan informasi terkait Let's Adopt! Indonesia ke khalayak lebih luas.

Dengan adanya perancangan media promosi yang sedemikian rupa, diharapkan Let's Adopt! Indonesia dan program-programnya bisa dikenal secara

lebih luas oleh para calon donatur. Adanya peningkatan minat donatur yang diciptakan lewat media promosi tersebut pun membuka kesempatan bagi Let's Adopt! Indonesia untuk memberi dampak yang lebih maksimal kepada isu kesejahteraan hidup hewan domestik di Indonesia sebagai bentuk realisasi dari misi utamanya.

## **5.2. Saran**

Setelah menjalani proses perancangan media promosi untuk Let's Adopt! Indonesia, berikut adalah saran yang dapat diberi oleh penulis kepada pembaca apabila berada dalam posisi yang sama dengan penulis, yaitu sebagai mahasiswa/i yang ingin mengangkat topik yang sejenis untuk tugas akhir.

1. Pastikan topik yang dipilih sesuai dengan minat pembaca. Proses perancangan tugas akhir akan terasa lebih ringan apabila sejalan dengan ketertarikan pribadi penulisnya.
2. Perhatikan relevansi topik dengan keahlian atau keilmuan pembaca. Sebuah topik yang tepat bukan hanya harus sesuai dengan minat namun juga perlu disesuaikan dengan kemampuan teknis penulisnya.
3. Perbanyak riset untuk mengumpulkan data seluas mungkin supaya dapat memahami topik secara mendalam.
4. Tentukan konsep dan strategi promosi yang matang supaya menjadi pedoman yang jelas dalam proses mendesain karya agar pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran.
5. Pahami kaitan dan kesinambungan antara media dan desain yang dirancang dengan landasan teori yang melatarbelakanginya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A