



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

Proses yang dilakukan untuk merancang media promosi GO-JEK yaitu dengan melakukan wawancara dan analisa kompetitor untuk mengetahui kelebihan-kelebihan dari GO-JEK. Selanjutnya barulah melakukan kuesioner kepada target untuk mengetahui apa saja yang mereka cari dan butuhkan dari ojek. Setelah itu penulis melakukan *brainstorming* untuk menemukan ide dan konsep promosi yang tepat untuk GO-JEK. Penyebaran media promosi visual GO-JEK yang ideal adalah menyebarkan promosi tersebut dengan menyesuaikan pola tingkah laku dari target. Target dari GO-JEK adalah kelas menengah yang memiliki kecenderungan suka berbelanja, aktif mengakses internet dan sosial media. Karena itulah penulis memfokuskan untuk promosi pada media website Evoucher dan pada sosial media twitter dan facebook.

5.2. Saran

Dalam perancangan suatu media promosi dibutuhkan kejelian melihat kebutuhan dari perusahaan tersebut. Penulis menyarankan kepada pembaca yang ingin merancang media promosi, agar melakukan wawancara yang mendalam serta melakukan kuesioner saat melakukan perancangan. Berprilaku sopan dan santun persiapkan materi dengan baik saat ingin melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner, agar data yang kita harapkan dapat kita dapatkan dengan baik. Dalam merancang visual, penulis menyarankan agar pembaca juga harus sering melihat referensi sehingga dapat menciptakan visualisasi yang matang.