

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa rendahnya minat adopsi di *The Odd Cat* Bali berhubungan langsung dengan terbatasnya kapasitas *shelter* yang telah mengalami *overcapacity* sejak 2016. Kondisi ini muncul karena media promosi yang digunakan lebih menonjolkan layanan *cat café* dan *boarding house* dibandingkan pusat adopsi, sehingga pesan mengenai program adopsi tidak tersampaikan secara efektif kepada pengunjung. Temuan lapangan menunjukkan bahwa meskipun *The Odd Cat* Bali telah memenuhi standar kesejahteraan kucing dan memiliki fasilitas yang baik, kurangnya komunikasi persuasif mengenai adopsi membuat banyak calon *adopter* tidak menyadari tujuan utama *shelter*. Oleh karena itu, perancangan media persuasi yang tepat diperlukan untuk menonjolkan program adopsi, memperbaiki kualitas dan konsistensi konten promosi, serta mengarahkan perhatian publik pada kebutuhan kucing jalanan, sehingga minat adopsi dapat meningkat dan permasalahan kapasitas dapat teratasi.

#### **5.2 Saran**

Proses perancangan ini memberikan banyak pembelajaran bagi penulis, mulai dari pemahaman mengenai kondisi *shelter*, analisis yang sesuai dengan kebutuhan calon *adopter*, hingga penerapan strategi penyusunan pesan yang efektif dan informatif. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan untuk menghasilkan media yang lebih komprehensif dan relevan bagi kebutuhan masyarakat yang ingin mengadopsi kucing. Calon peneliti yang akan mengembangkan topik serupa disarankan untuk memperhatikan keberagaman karakter calon *adopter*, tren media sosial yang terus berubah, serta sensitivitas terhadap isu kesejahteraan hewan, sehingga media yang dirancang mampu menjangkau audiens secara lebih universal dan persuasif.

## 1. Dosen/ Peneliti

Penulis menyarankan agar dosen maupun peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian mengenai strategi persuasi untuk *shelter* hewan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan minat adopsi melalui media digital. Penelitian di masa mendatang dapat menggali lebih dalam mengenai preferensi calon adopter, efektivitas format konten tertentu, serta peran interaksi digital dalam membentuk keputusan adopsi. Peneliti juga dapat mengembangkan dari sisi informasi dalam persuasi di konten-konten tertentu dan menggunakan lebih banyak grafis yang sesuai dan variatif. Selain itu, peneliti dianjurkan untuk memperhatikan proses perancangan promosi agar dapat tepat sasaran dan menyelesaikan permasalahan lebih lagi serta perkembangan platform digital dan perubahan pola komunikasi masyarakat, agar penelitian serupa dapat menghasilkan temuan yang lebih relevan, adaptif, dan dapat diterapkan pada berbagai kondisi *shelter* di Indonesia.

## 2. Universitas

Penulis menyarankan agar universitas dapat memberikan dukungan penelitian yang lebih komprehensif melalui kesempatan kolaborasi dengan lembaga non-profit seperti *shelter* hewan. Dukungan tersebut diharapkan dapat membantu mahasiswa mengembangkan penelitian yang lebih aplikatif serta berdampak pada masyarakat. Universitas juga dapat mempertimbangkan penguatan kurikulum terkait desain berbasis masalah sosial dari *shelter* hewan, sehingga mahasiswa memiliki landasan yang lebih kuat ketika mengangkat tema serupa di masa mendatang