



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

Berdasarkan masalah yang ada, penulis membuat promosi Klinik LightHouse untuk memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai solusi penanganan ED yaitu paket psikologi dan terapi di klinik LightHouse. Dengan hal ini diharapkan masyarakat dapat mengenal klinik LightHouse sebagai solusi penanganan ED yang berupa kumpulan berbagai paket psikologi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasien akan terapi khusus. Oleh karena itu penulis melakukan proses perancangan dengan mengumpulkan data secara kualitatif dan kuantitatif (wawancara narasumber, observasi terhadap target dan pesaing, dokumentasi dan menyebarkan kuesioner). Penulis juga melakukan kajian teori terhadap perancangan promosi ini yang meliputi teori desain, promosi, iklan dan media.

Penulis merancang konsep dan ide melalui tahapan-tahapan berdasarkan kajian pustaka yang ada. Mulai dari mengumpulkan data, membuat mindmapping dan brainstorming hingga menghasilkan strategi yang akan dipakai dalam promosi ini. Strategi meliputi strategi promosi, komunikasi, visual, dan media. Dari strategi yang ada ditemukanlah konsep atau big idea berupa teman seperjuangan / teman baik. Perancangan visual menggunakan foto yang didasari oleh kebiasaan target khalayak. Visual lebih terfokus pada gambar dan dibantu dengan teks yang mendukung.

Hingga pada akhirnya mencapai tahap pengaplikasian terhadap media. Media yang terpilih mempertimbangkan kebiasaan target khalayak, kebutuhan, dan budget yang tersedia. Media utama yang dipakai adalah Billboard dan iklan majalah sedangkan media sekunder seperti *x banner*, poster, *brosur*, *merchandise*, dll merupakan pendukung media utama.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian penulis dapat menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mencoba sitem kreatif mengetahui tentang posisi klinik LightHouse di mata target khalayak lebih dalam. Misalnya dengan mencoba terapi yang ada atau dengan mencari testimoni pasien. Hal tersebut akan memudahkan peneliti untuk menentukan strategi-strategi yang akan digunakan dalam promosi. Selain itu juga mencoba pendekatan dari sisi yang berbeda sehingga semakin banyak variasi visual. Saran untuk Klinik LightHouse, yaitu agar terus mengadakan promosi atau kegiatan-kegiatan yang langsung bisa berinteraksi dengan target khalayak sehingga memperkuat *brand awareness* mereka.

U
M
N