



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

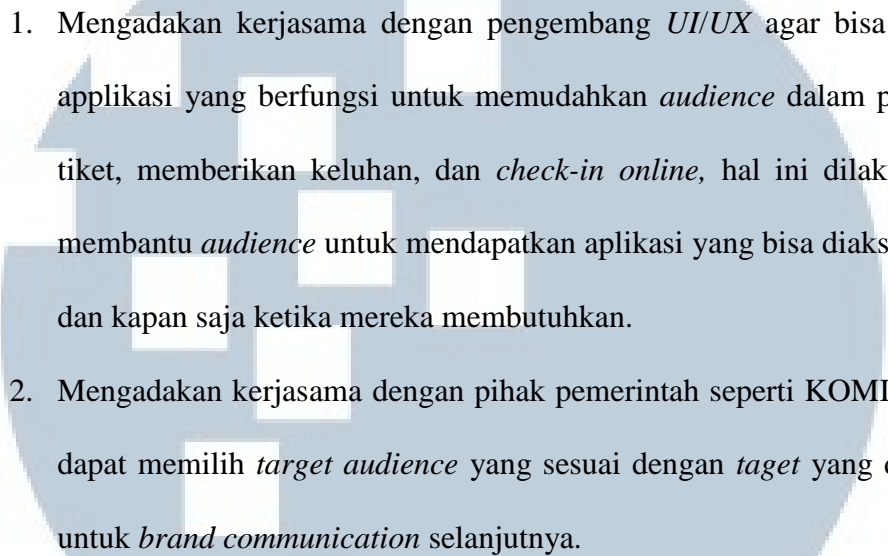
Berdasarkan studi lapangan, dan studi pustaka yang telah penulis lakukan, Penulis menyimpulkan bahwa promosi *brand communication* Lion Air ini bertujuan untuk mengubah citra negatif masyarakat terhadap Lion Air dan memberikan informasi mengenai kelebihan serta program yang dilaksanakan oleh Lion Air. Sehingga masyarakat *aware* terhadap kelebihan program Lion Air dan tidak menganggap Lion Air adalah maskapai penerbangan yang buruk dan banyak masalah.

Pada proses perancangan *brand communication* ini, penulis melakukan komunikasi dengan berbagai media yaitu poster, brosur, *website*, media sosial, dan pemberian *merchandise* seperti *luggage tag*, topi, mug, pin, *notebook*, penghapus, dan *tumblr*. Tujuan dari pemberian *merchandise* adalah sebagai tanda bahwa mereka telah mengetahui informasi dari promosi yang dilakukan dan diharapkan *merchandise* ini dapat berguna bagi *audience* dikemudian hari.

5.2. Saran

Saran yang diberikan untuk pengembangan *brand communication* Lion Air selanjutnya, yaitu

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

- 
1. Mengadakan kerjasama dengan pengembang *UI/UX* agar bisa membuat aplikasi yang berfungsi untuk memudahkan *audience* dalam pemesanan tiket, memberikan keluhan, dan *check-in online*, hal ini dilakukan agar membantu *audience* untuk mendapatkan aplikasi yang bisa diakses dimana dan kapan saja ketika mereka membutuhkan.
 2. Mengadakan kerjasama dengan pihak pemerintah seperti KOMINFO agar dapat memilih *target audience* yang sesuai dengan *taget* yang ditentukan untuk *brand communication* selanjutnya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA