

## **BAB V KESIMPULAN**

### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil perancangan media informasi Kampung Inggris Bandung E-PLC melalui media video, maka perancang dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam sebuah perancangan promosi tempat maka sebaiknya dilakukan sebuah riset dan analisis yang mendalam mengenai target khalayak sasaran, tempat yang akan dipromosikan, juga riset para kompetitor sehingga perancangan promosi yang dihasilkan dapat membawa Kampung Bahasa Inggris Bandung E-PLC menjadi sebuah *brand* yang *top of mind* di mata khalayak sasaran.
2. Dengan adanya iklan video Kampung Inggris Bandung E-PLC ini diharapkan dapat menjadi informasi kepada masyarakat umum khususnya masyarakat di Kota Bandung bahwa di Kota Bandung juga sudah ada Kampung Inggris jadi masyarakat tidak perlu jauh – jauh ke Kediri untuk bergabung dalam program Bahasa Inggris.
3. Dengan adanya video iklan ini juga diharapkan masyarakat bisa mengetahui gambaran suasana di Kampung Inggris Bandung E-PLC serta berbagai informasi mengenai program yang tersedia.

### **V.2 Saran**

Dalam sebuah perancangan, seorang perancang harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan perancangan ini. Adapun saran saran yang peneliti berikan setelah meneliti masalah ini adalah :

1. Sebaiknya promosi yang dilakukan Kampung Inggris Bandung E-PLC ke depannya bisa lebih optimal sehingga masyarakat umum bisa mencari informasi dengan jelas dan menentukan pilihan dalam mencari tempat kursus.
2. Sebaiknya gunakan strategi promosi yang efektif seperti media sosial kolaborasi dengan sekolah atau program *referral* serta informasikan kepada masyarakat nilai tambah yang ditawarkan.
3. Selalu pantau kinerja bisnis dan terus tingkatkan berdasarkan umpan balik dari siswa dan orang tua.