

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konvergensi media komunikasi dalam promosi klinik kecantikan ElsheSkin. Berdasarkan hasil sajian data dan pembahasan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa ElsheSkin memanfaatkan konvergensi media komunikasi dalam melaksanakan promosi kliniknya melalui media digital, media cetak, media luar ruang dan media lainnya yang tidak dapat dikategorikan dari ketiga media tersebut. Namun, promosi klinik yang melalui media cetak tidak sering atau intensif digunakan dibanding media digital. ElsheSkin melihat bahwa media digital yang efektif menjadikan *platform* ini sebagai yang utama di ElsheSkin dalam menjalankan promosi kliniknya, sehingga penggunaan media cetak dilakukan jika saat mengadakan event atau kegiatan promosi tertentu yang membutuhkan media cetak untuk disebarakan kepada sasaran pasar mereka.

Saya sebagai peneliti melihat bahwa ElsheSkin terlalu sering menggunakan media digital untuk berpromosi, sehingga kurangnya pemerataan media yang digunakan. Jika dilihat dari sasaran target konsumen di klinik mereka menargetkan Status Ekonomi Sosial (SES) yang berada pada kelas A seperti kebanyakan dari Ibu-Ibu yang jarang aktif menggunakan media sosial. Selain itu, ada remaja yang menjadi sasaran target konsumen mereka yang masih belum tersentuh oleh media, dan juga

ketika remaja tersebut sudah menjadi dewasa mereka juga akan susah dijangkau oleh media digital. Maka perlunya peran media cetak seperti pemasangan baliho atau *billboard* disudut jalan protokol untuk menjangkau Ibu-Ibu yang tidak sering menggunakan media digital. ElsheSkin seperti terlihat mengabaikan media *offline* sehingga hal itu bisa menjadi *boomerang* disaat para remaja sudah mulai tumbuh dewasa dan tidak lagi menjadi sasaran pasar mereka.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan terhadap hasil penelitian diatas, saran-saran yang ingin disampaikan penulis dalam hal ini untuk klinik kecantikan ElsheSkin sebaiknya tidak hanya menggunakan media digital terus menerus. Untuk memperluas jangkauan wilayah agar tidak berhenti pada satu *platform* saja, ada baiknya ElsheSkin juga mulai sering menggunakan media cetak yang tidak hanya sekedar brosur ataupun produk *knowledge* saja, lebih kepada pemasangan baliho atau *billboard* bahkan bisa menggunakan iklan videotron di jalan protokol, sehingga melalui media tersebut dapat dilihat oleh remaja maupun Ibu-Ibu yang tertarik untuk menggunakan produk maupun layanan dari klinik ElsheSkin.