BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Komunikasi visual yang dilakukan, menggunakan media lini atas *(above the line)* seperti iklan koran,tabloid,majalah dan billboard. Dipadukan dengan media lini bawah *(below the line)* seperti kalender,*transport ad,slide sinema,tire cover,greeting card,stationery set* dan stiker,untuk mendapatkan jangkauan kepada khalayak sasaran seperti yang diinginkan.
2. Keseragaman gaya,warna,ilustrasi maupun tipografi dalam perancangan iklan, dimaksudkan sebagai identitas visual agar masyarakat lebih mudah mengasosiasikan media yang dipilih dengan keberadaan surat kabar SOLOPOS.
3. Untuk memperkuat identitas SOLOPOS, kalimat "Lebih Segar dan Matang" digunakan sebagai *key word* media yang dipilih.
4. Dengan penentuan langkah yang terarah dan sistematis, diharapkan perancangan komunikasi visual harian umum SOLOPOS dapat lebih mudah mencapai tujuannya.

B. Saran

Agar program promosi berjalan sebagaimana mestinya, sebaiknya dilakukan peninjauan kembali perkembangan program promosi secara berkala. Hal ini dimaksudkan agar program tersebut tetap pada arah yang benar, sekaligus

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

mengantisipasi kemungkinan – kemungkinan adanya kendala yang bisa mengganggu jalannya program yang telah ditetapkan.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta