

## **BAB V**

### **KESIMPULAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Perancangan promosi untuk program akuisisi Penerbit BRIN menjadi salah satu upaya agar masyarakat dapat menerima informasi bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk bisa bersumbangsih dalam memajukan pengetahuan lokal. Sebagai program utama yang akan memasuki periode ketujuh pada 2023, Penerbit BRIN ingin mewujudkan partisipasi aktif bagi seluruh lapisan masyarakat sehingga tidak lagi dipandang sebagai program yang eksklusif. Oleh karena itu, promosi dengan pemanfaatan iklan cetak dan radio yang disajikan secara kreatif guna menarik perhatian dan partisipasi masyarakat.

Penulis membuat rancangan promosi yang didasari dengan teori *social marketing* untuk memahami bagaimana dasar melakukan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi berbasis non-profit. Pengukuran keberhasilan dari promosi yang dilakukan diukur berdasarkan penerapan *level brand of awareness* (tingkat kesadaran merek). Terdapat dua tingkatan utama dalam membangun kesadaran merek, yaitu *brand recognition*, kemampuan konsumen mengonfirmasi merek pada paparan pertama dan *brand recall*, kemampuan konsumen mengingat kembali merek pada kondisi khusus atau tertentu.

*Level brand of awareness* memberikan pemahaman yang lebih jelas terkait sejauh mana kesadaran masyarakat terhadap penyelenggaraan Program

Akuisisi Pengetahuan Lokal. Dengan penggunaan konsep tersebut Penerbit BRIN dapat mempersiapkan kegiatan promosi yang lebih tepat sasaran sehingga partisipasi masyarakat yang lebih besar terhadap penyelenggaraan program akuisisi dapat terealisasi dengan baik.

## **5.2. Saran**

Penulis memiliki beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan refleksi dari pembuatan karya yang dilakukan dan menjadi pembelajaran untuk pembuatan karya berikutnya.

### **5.2.1 Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara**

Selama menempuh pendidikan di bangku kuliah, Penulis mendapat banyak pengetahuan, khususnya dalam bentuk materi, yang bermanfaat banyak dalam proses pembuatan karya. Pembelajaran dari *Bahasa Indonesia for Communication, Visual Communication & Literacy*, dan *Media Production & Channel Management* merupakan beberapa mata kuliah yang membantu Penulis untuk dapat memahami dan melakukan pembuatan karya dengan baik.

Perkuliahan yang dilakukan di Universitas Multimedia Nusantara, khususnya dalam jurusan Ilmu Komunikasi, diharapkan dapat terus memberikan pembelajaran dalam memahami ragam bentuk promosi dalam pemasaran produk dan juga turut memberikan praktik yang dapat melatih mahasiswa secara langsung dalam membuat karya yang berkaitan dengan perancangan promosi produk serta

juga menjadi modal keterampilan dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.

### **5.2.2 Saran untuk Penerbit BRIN**

Sebagai lembaga non-profit yang dikelola oleh Pemerintah, Penerbit BRIN memiliki potensi yang besar untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu Penerbit BRIN diharapkan dapat meningkatkan publikasi informasi dengan menarik namun tetap berwawasan melalui pemanfaatan media tradisional seperti radio dan televisi untuk memberikan *awareness* lebih banyak terkait dengan keberadaan Penerbit BRIN. Publikasi informasi lewat media sosial juga turut dipertahankan dengan menyediakan konten-konten yang tidak hanya informatif namun juga menarik.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA