

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang diangkat yaitu mengenai bentuk dan penyebaran brosur yang dilakukan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Melalui analisis yang dilakukan terhadap brosur milik PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, mengenai kriteria brosur sebagai media promosi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Diketahui bahwa brosur tersebut telah dirasa sesuai dengan teori yang dikutip oleh Fitriandhari (2018:33-34) terkait kriteria sebuah brosur yang terbagi dalam 6 poin, antara lain:

1. Jenis dan ukuran huruf brosur
2. Penggunaan bahasa dalam brosur
3. Tulisan dan gambar pada brosur
4. Warna yang dipakai
5. Penyebaran brosur
6. Isi brosur

Dari Analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui brosur milik PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, sudah atau telah dirasa memenuhi setiap poin yang ada pada teori terkait kriteria brosur tersebut.

#### 4.2 Saran

Perlu adanya inovasi desain brosur agar semakin menarik dan lebih baik lagi untuk kedepannya, dan agar para pembaca merasa tertarik dengan brosur tersebut, seperti contoh adanya desain brosur edisi lebaran dengan tema hari raya dengan motif ketupat, ataupun edisi natal dan tahun baru dengan motif salju dan kembang api.

Perlu adanya inovasi agar brosur tersebut memiliki fungsi lain yang bisa bermanfaat bagi yang mendapatkannya, seperti pembatas buku, tempat tisu,

sampul pada buku tulis yang mungkin diberikan sebagai souvenir, dan lain sebagainya.

Perluas jangkauan dengan menyebarkannya secara online. Brosur promosi harus disebarluaskan seluas-luasnya, menyebarkan hasil cetak brosur adalah langkah efektif untuk menjaring banyak pelanggan terdekat, namun membagikan brosur secara online bisa membidik lebih banyak pelanggan di seluruh penjuru negeri, bahkan dunia.