

BAB. V

PENUTUP

A. Kesimpulan dan saran

Kesimpulan

Sebagai sebuah produk yang baru memasuki tahap pengenalan (*pionering stage*), SIP masih perlu menggalakan kegiatan promosi dan kampanye periklanannya. Hal tersebut tentu merupakan suatu keharusan, karena sebuah produk akan dapat dikenal oleh masyarakat apabila sebelumnya telah dilakukan suatu promosi baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Dalam rangka memperkenalkan SEMPOA sebagai suatu metode belajar yang efektif kepada masyarakat, maka diperlukan suatu perencanaan yang matang baik media maupun kreatif sehingga tujuan pemasaran yang ingin dicapai dapat terpenuhi. Mengacu kepada *target market* dan *target audience* dari SEMPOA ini, pada umumnya berasal dari golongan ekonomi menengah keatas dengan karakteristik yang khas maka, isi pesan maupun bentuk pesan, verbal maupun visual haruslah sesuai dan mampu menyentuh khalayak sasaran tersebut.

Disamping itu adanya persaingan dengan produk sejenis yang lebih dulu ada serta masih kurangnya frekwensi promosi yang dilakukan, juga merupakan alasan yang kongkrit bagi SIP untuk lebih menggalakkan upaya promosinya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Gottman, John, Ph. D. and DeClaire, Joan, *Kiat-kiat Membesarkan Anak yang Memiliki Kecerdasan Emosional*, PT Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- DePorter, Bobbi and Hernacki, Mike, *Quantum Learning, Membiasakan Belajar Nyaman Dan Menyenangkan*, Penerbit Kaifa, 1999.
- Hidayati, Arini, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, Pustaka Pelajar, 1998.
- Baskowatun, Wilhelmus W, SE., *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT.Midas Surya Grafindo, 1987.
- Kasali, Rhenald , *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, PT. Pustaka Utama Grafika., 1995.
- Wells, William , John Burnett, Sandra Moriarty, *Advertisisng, Principle and Practice*, Prentice Hall., 1995.

MAJALAH

- Handajani, Dewi, *Tumbuh Kembang Balita Antara Potensi Bawaan dan Stimulasi*, Ayahbunda, Edisi XXI Oktober, 1999.