

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada masa sekarang ini kejayaan prangko meredup seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi sehingga semakin jarang orang berkirim surat. Pada umumnya anak-anak tingkat Sekolah Dasar tidak mengenal dan tertarik dengan prangko. Oleh karena itu saya sebagai generasi muda merasa tertarik untuk merancang sebuah promosi prangko PRISMA pada anak-anak tingkat Sekolah Dasar di Kota Bandung.

Perancangan promosi prangko PRISMA ini diharapkan agar memberikan informasi yang baik bagi anak-anak tingkat Sekolah Dasar agar mengenal dan tertarik dengan peluncuran produk baru prangko PRISMA dan belajar kembali aktifitas surat menyurat.

5.2. Saran

Tidak mudah untuk meningkatkan rasa ingin tahu tentang produk prangko PRISMA kepada anak-anak tingkat Sekolah Dasar. Adanya pengenalan sebuah produk sehingga dapat mengetahui dan tertarik atau tidak ingin tertarik sama sekali tentang produk tersebut. Untuk meningkatkan penggunaan prangko PRISMA, dibutuhkan promosi dan komunikasi yang baik dan menarik sehingga anak-anak tingkat Sekolah Dasar mendapatkan informasi apa saja yang dapat diketahui dari produk prangko PRISMA ini sehingga PT. Pos meningkatkan bisnisnya