

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Produksi media cetak berupa *booklet* “Petualangan Si Piku Rahasia di Kampoeng Kepiting” berkontribusi signifikan dalam meningkatkan *brand awareness* pada tingkatan *brand recognition* terhadap Kampoeng Kepiting terutama pada inovasi Rusun Tinggi. *Booklet* ini terdiri dari 10 bagian utama yaitu *Cover*, daftar isi, bagian I: gerbang petualangan, bagian II: pos penjaga, bagian III: jantung inovasi Rusun Tinggi, bagian IV: budidaya kepiting, bagian V: ladang surya, bagian VI: misi jaga bumi, bagian VII: gerbang ilmu, bagian VIII: si penjaga jantung. *Booklet* ini menggunakan pendekatan *visual centric* dan *storytelling* melalui karakter maskot “Si Piku” untuk mempermudah penyampaian informasi serta memperkuat pengenalan Rusun Tinggi sebagai sarana budidaya kepiting berkelanjutan yang mudah dipahami oleh target audiens primer yaitu peserta *outing class* (kelas 5-6 SD) dan sekunder yaitu masyarakat umum (17-55 tahun).

Selain materi edukasi, *booklet* ini juga dilengkapi dengan elemen visual yang interaktif berupa permainan edukatif berupa Pikurute, Crabcross, dan Sokaword, fitur *notes* dan *tracker*, serta dikonversi ke format *ebooklet* yang diintegrasikan ke dalam *website* resmi Kampoeng Kepiting untuk fleksibilitas akses. Produksi *booklet* ini meliputi tiga tahap utama yaitu pra produksi (analisis data, riset, dan perencanaan), produksi (penyusunan konten dan ilustrasi, *editing* dan penyuntingan desain visual), pasca produksi (cetak sampel, dan publikasi *website*). Pengembangan visual dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Canva dan Adobe Photoshop untuk menghasilkan desain visual yang maksimal sesuai dengan aspek desain grafis. Penyuntingan atau evaluasi produk dilakukan dengan proses peninjauan materi dan desain oleh tim koreksi yang terdiri tim CSR PT Pertamina Patra Niaga RU IV Cilacap, Ketua Kampoeng Kepiting, serta

Dosen Pembimbing untuk menghasilkan produk menjadi hasil akhir yang sempurna.

Evaluasi keberhasilan melalui survei lanjutan (*post survei*) dan *Key Performance Indicator* (KPI) menunjukkan hasil yang sangat positif, di mana seluruh indikator melampaui target minimal yang ditetapkan. Peningkatan paling signifikan terlihat pada pengenalan fungsi Rusun Tinggi sebagai sarana edukasi yang naik sebesar 65,6%, yakni dari semula hanya 32,6% (pada pra-survei) menjadi 98,2% setelah responden membaca *booklet*. Selain itu, tingkat kejelasan informasi meningkat dari 43% pada penjelasan lisan menjadi 99,1% melalui media *booklet*, membuktikan efektivitasnya sebagai alat bantu pengingat atau *aided recall*. Secara keseluruhan, responden memberikan respons positif pada indikator *knowledge* dan *recognition strength*, yang membuktikan transisi audiens dari tahap *unaware of brand* menjadi *brand recognition* yang kuat.

Luaran berupa *booklet* ini memiliki korelasi strategis dengan jenis inisiatif CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Produksi *booklet* “Petualangan Si Piku Rahasia di Kampong Kepiting” termasuk dalam jenis *Corporate Social Marketing* karena berfungsi sebagai instrumen kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap isu lingkungan dan mendorong perubahan pemahaman masyarakat. Sementara itu, inovasi Rusun Tinggi yang menjadi objek informasi utama di dalam *booklet* mencerminkan praktik *Socially Responsible Business Practices* melalui integrasi teknologi energi terbarukan (PLTS) dan penggunaan material daur ulang limbah plastik dalam kegiatan operasional pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk keberlanjutan peningkatan *awareness* pengunjung, khususnya pada Kawasan wisata Kampong Kepiting, di antaranya:

- a. Mengingat efektivitas penggunaan media *booklet* “Petualangan Si Piku Rahasia di Kampoeng Kepiting” disarankan bagi pengelola Kampoeng Kepiting Kutawaru maupun CSR PT PPN RU IV Cilacap untuk melanjutkan produksi cetak *booklet* edukasi serta distribusikan pada titik-titik strategis. Hal ini mampu dijadikan alat untuk mempertahankan citra dan *brand awareness* terhadap Kampoeng Kepiting terutama inovasi Rusun Tinggi sebagai sarana budidaya berkelanjutan. Selain itu, penggunaan karakter maskot Si Piku yang ikonik dapat diaplikasikan secara konsisten pada media informasi fisik maupun digital untuk menjaga ingatan audiens (*aided recall*).
- b. Berdasarkan hasil survei yang menunjukkan tingginya pengenalan dan minat audiens terhadap detail teknis seperti proses *moulting*, teknologi terbarukan (PLTS), serta pemanfaatan limbah plastik, pengembangan konten edukasi lanjutan dapat dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya. Penggunaan pendekatan *visual centric* dan konsep *storytelling* yang ringan melalui karakter Si Piku harus tetap diimplementasikan pada konten-konten edukasi lanjutan untuk menjaga audiens agar tetap tertarik untuk menyerap informasi yang lebih kompleks secara detail dan menyenangkan.