Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Komunikasi pemasaran untuk menyosialisasikan platfrom Tangerang LIVE belum dikelola secara serius oleh pemerintah Kota Tangerang. Hal ini dapat dilihat dari Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah Kota Tangerang belum serius dalam mengelola komunikasi untuk menarik minat masyarakat dalam memanfaatkan platform Tangerang LIVE. Ketidakseriusan ini didasarkan pada perencanaan komunikasi pemasaran yang tidak dilakukan secara keseluruhan seperti strategi komunikasi yang digunakan untuk menyosialisasikan platform Tangerang LIVE hanya mengacu pada *pull strategy*, tidak adanya *resources* berupa anggaran yang dialokasikan secara khusus untuk beriklan atau penyebaran informasi melalui elektronik dan cetak, kemudian *schedule* atau perencanaan komunikasi yang tidak dijadwalkan diawal kegiatan, serta *control and evaluation* yang tidak dilakukan untuk mengukur seberapa efektif kegiatan komunikasi yang dilakukan. Oleh karena itu adanya ketidakseriusan Pemerintah Kota Tangerang dalam menyosialisasikan platform Tangerang LIVE ke masyarakat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Hal ini menjadikan kegiatan yang dilakukan hanya berfokus pada bagaimana dana yang ada secara maksimal diserap untuk kegiatan komunikasi tanpa melihat dari sisi efektivitas komunikasi yang dilakukan.

5.2 Saran Akademis

Masih terdapatnya kekurangan dari penelitian ini sehingga dibutuhkannya perbaikan serta pendalaman lebih terkait dengan topik *marketing communications*, dengan mengacu pada konsep atau teori yang ada, yakni dengan melakukan penelitian kuantitatif terkait efektivitas kegiatan komunikasi dalam meningkatkan pemanfaatan platform Tangerang LIVE, sehingga dapat mengetahui sebera besar pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan Pemkot Tangerang dalam menarik masyarakat memanfaatkan layanan yang ada pada platform Tangerang LIVE.

5.3 Saran Praktis

Kegiatan komunikasi yang berlangsung harus didasari atas perencanaan komunikasi, agar Pemerintah Kota Tangerang dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat akan manfaat serta kegunaan platform Tangerang LIVE. Selain itu ketika akan beriklan baik melalui Koran ataupun TV, pemilihan media yang tepat harus didasari atas segementasinya dan tidak hanya berdasarkan kesesuain anggaran ataupun penawaran yang ada.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA