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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan proses pengumpulan data dan pembahasan sesuai dengan model *7 Steps Strategic Planning Process*, maka dapat disimpulkan bahwa strategi Marketing Public Relations dalam promosi film *Bombshell* yang dilakukan oleh Cinema XXI di Indonesia berhasil dijalankan dengan baik. Cinema XXI memasarkan film *Bombshell* ialah dengan melakukan serangkaian kegiatan publikasi dan *event.* Publikasi yang dilakukan Cinema XXI telah lebih dulu didasari oleh kegiatan *media relations* dan *partnership.* Sementara *event* yang dilakukan adalah kegiatan *Gala Premiere*. Publikasi dan *event* merupakan dua dari tujuh alat utama MPR menurut Philip Kotler. Dalam pelaksanaannya, Cinema XXI telah melalui 7 tahapan perencanaan MPR menurut Patricia Whalen. Hasil dari publikasi kampanye ini adalah memenuhi target admisi sebesar 700.000 penonton selama masa tayang berlangsung. Menghadirkan 50 media yang diundang dalam kegiatan *Gala Premiere*. Mendapatkan jumlah pemberitaan positif yang sesuai dengan media yang di undang, serta membentuk persepsi dan mengedukasi penonton terkait dengan isu yang disampaikan dalam film *Bombshell*. Dalam implementasinya, penggunaan taktik publikasi dan *Key Opinion Leaders* dinilai paling dominan dalam menyebarkan kesadaraan, pesan kunci dan ajakan untuk menonton film *Bombshell*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah saran yang diberikan terkait dengan saran akademis maupun praktis:

5.2.1 Saran Akademis

Disarankan agar melakukan penelitian dari sisi kuantitatif dengan tujuan penelitian untuk melihat pengaruh kegiatan MPR terhadap awareness film *Bombshell*. Penelitian ilmiah terkait *Marketing Public Relations* dengan menggunakan metode perencanaan lainnya juga dapat dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan penemuan baru dalam topik ini. Penelitian ini akan lebih baik jika dilengkapi dengan tambahan informan dari semua pihak yang terlibat dalam perencanaan promosi film *Bombshell* seperti *social media division* untuk lebih memahami isi konten unggahan dan pemilihan pesan yang dikemas dalam tagar di sosial media @Cinema.21.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran secara praktis, yakni berupa:

1. Sebagai analisis evaluatif serta referensi pengembangan berbagai program terkait dengan implementasi strategi *Marketing Public Relations* pada industri distribusi film khususnya untuk memasarkan film yang memiliki isu-isu sensitif lainnya.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi PT. Nusantara Sejahtera Raya yang merupakan jaringan ritel Cinema XXI untuk meningkatkan taktik dan strategi pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
3. Saran bagi Cinema XXI adalah dengan melakukan perencanaan tanggal rilis film regular agar tidak terjadi lagi perilisan yang bersamaan sehingga menyebabkan berkurangnya jatah layar untuk penayangan film.
4. Secara pelaksanaan, saran bagi Cinema XXI ialah dengan melakukan evaluasi secara menyeluruh, salah satunya dapat menggunakan metode evaluasi MPR dengan menghitung *message cost* dan *advertising equivalency* sehingga evaluasi yang didapatkan lebih akurat. Dengan evaluasi yang lebih akurat, maka akan menghasilkan kampanye MPR lainnya yang lebih efektif menjangkau target sasaran, sehingga tak hanya mempromosikan dan membentuk *brand image* tetapi juga kegiatan promosi dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas penonton terhadap Cinema XXI.