

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Dunia perfilman memiliki tingkat kesusahan tersendiri jika ingin memasarkan sebuah produk terbaru mereka, karena sudah pasti industri film akan membuat karya yang akan selalu baru hal ini yang membuat bagaimana sebuah *production house* harus dengan cermat memahami keunikan, target pasar mereka. Divisi seperti *business development* sangat diperlukan untuk membuat *brand awareness* untuk masyarakat dengan jalur kerja sama dengan beberapa brand. Marketing juga akan menggunakan KOL untuk memasarkan filmnya dari konten yang di buat oleh para KOL tersebut, tahapan yang biasanya di berikan yakni diberikan sebuah acara yang bernama *special screening* untuk para KOL ini menonton secara eksklusif dan kita akan meminta mereka untuk membuat suatu konten untuk film kita.

Selain mengundang KOL perlu di ketahui juga bahwa dengan membuat konten dalam sosial media seperti Instagram dan tiktok akan membuat *brand awaraness* menjadi lebih menyeluruh, dengan syarat yang wajib di penuhi adalah tidak spoiler namun tetap memberikan konten seperti edukasi, entertain mengenai film tersebut. Penulis juga membantu dalam bentuk dokumentasi setiap acara yang berhubungan dengan promosi film kemudian akan dibuatkan konten untuk keperluan di Instagram.

IV.2. Saran

Saran yang akan diberikan oleh penulis agar diharapkan bisa lebih memajukan perusahaan dibidang perfilman IDN Pictures divisi marketing yaitu agar bisa membangkitkan komunikasi yang lebih baik lagi, tidak menaruh harapan yang berlebihan terhadap suatu hal yang pada akhirnya akan saling menyalahkan satu sama lain, dalam pengerjaan *job desc* juga dibuat lebih terstruktur, komunikasi antar karyawan juga harus sering di lakukan agar bisa saling back up satu sama lain. Diharapkan dengan sangat untuk para karyawan membebaskan tugas kepada anak *internship* karena tujuan dari program magang adalah untuk belajar, mencari keahlian, mencari relasi, menambah portofolio bukan untuk mengerjakan dengan 100% tugas yang seharusnya dimiliki oleh karyawan lain.

Banyaknya tugas yang di berikan maka penulis berharap agar IDN Pictures menambahkan karyawan di bidang marketing, karena menurut penulis tugas yang di berikan dengan sumber daya manusia yang ada di divisi marketing kurang seimbang, maka hal ini banyak menyebabkan kurangnya hasil yang diberikan karena penumpukan *job desc*.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan, Ed.; 14th ed.). Pearson Highered.
- Weenas, Jackson R.S. (2013), Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 4 tahun 2013, Universitas Sam Ratulangi, Manado
- Nugraha, D. A. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan* (A. Syarifuddin, N. O. Hutahaean, D. F. Sejati, & H. Riswan, Eds.; 1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Yolanda, Wijarko. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR Jurnal Manajemen dan Komunikasi
- DataIndonesia.id. (2023, February 3). *Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial*.
DataIndonesia.Id.