

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ditengah maraknya persaingan perusahaan rumah produksi di Indonesia, salah satu hal yang dilakukan Screenplay Bumilangit adalah dengan menarik minat penonton datang ke studio bioskop untuk menonton film Gundala. Untuk itu, Screenplay Bumilangit menciptakan inovasi - inovasi dalam strategi komunikasi pemasaran film Gundala.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada Bab IV, maka peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Screenplay Bumilangit mengacu pada strategi bauran komunikasi pemasaran dengan menerapkan lima dari delapan strategi yaitu *advertising, sales promotions, event and experiences, public relation and publicity, online and social media marketing*.
2. Inovasi – inovasi yang dilakukan dalam proses promosi film Gundala diantaranya dengan merilis komik Gundala pada *platform* Line Webtoon, mendapat *prime time* pada acara *We The Fest Festival Music* untuk menginformasikan film Gundala, *Gundala Beach Clean Up, roadshow, cosplay* tokoh Gundala pada aktivitas *Car Free Day (CFD)* dan peresmian *Mass Rapid Transit (MRT)*, mengadakan berbagai macam kompetisi seperti *Gundala Fan Art, Gundala Song Tribute, Countdown Menuju Gundala* dan *Gapura Gundala* serta menampilkan ulasan singkat dari artis Tanah Air mengenai film Gundala
3. Melalui strategi bauran komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, maka terjadi penyampaian pesan dari Screenplay Bumilangit selaku komunikator kepada masyarakat selaku komunikan.

Hasil dari penelitian ini menjawab rumusan masalah yang sudah disebutkan pada BAB I, yaitu Screenplay Bumilangit melakukan inovasi strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan strategi bauran komunikasi pemasaran. Adanya proses komunikasi pemasaran yang terjadi antara Screenplay Bumilangit dengan masyarakat, berdampak dalam menarik minat penonton untuk datang ke bioskop dan menyaksikan film Gundala.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian terkait inovasi strategi komunikasi pemasaran film Gundala, Screenplay Bumilangit lebih berfokus pada lima strategi bauran komunikasi pemasaran yaitu *advertising, sales promotions, event and experiences, public relation and publicity, online and social media marketing*. Ada baiknya apabila Screenplay Bumilangit juga menerapkan strategi bauran komunikasi pemasaran *mobile marketing, direct and database marketing* dan *personal selling* dengan lebih maksimal. Selain itu, Screenplay Bumilangit juga diharapkan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi pemasarannya agar menjadi inovasi strategi yang berbeda dengan perusahaan lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan observasi lebih luas terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan sebuah film dan juga meneliti dalam perspektif lain sehingga dapat melihat aspek – aspek yang lebih luas dan mendalam.