BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang didukung dengan wawancara dengan pihak *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung, maka penulis memperoleh kesimpulan tentang Proses ***Marketing Public Relations*** **CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung dalam mempromosikan Media *billboard* kepada Kliennya** melalui beberapa point sebagai berikut :

1. Perencanaan yang dilaksanakan oleh *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung dalam Mempromosikan Media *Billboard* Kepada Kliennya adalah dengan Menentukan Tujuan Promosi, Mengetahui Posisi Perusahaan Saat Ini (yaitu dengan melihat posisi produk *billboard* dan *brand image* CV.Winasis Amenangi Ihatra Bandung dimata khalayak, Menginventarisir sumber daya yang dimiliki perusahaan), Mengidentifikasikan Faktor Pendukung dan Penghambat untuk Mencapai Tujuan, Menyusun langkah-langkah promosi.
2. Pelaksanaan yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung dalam Mempromosikan Media Billboard Kepada Kliennya adalah dengan melaksanakan langkah-langkah promosi yang telah direncankan seperti Menetapkan siapa sasaran promosi, Mempersiapkan *Team* Promosi, Menyiapkan bahan promosi, Melaksanakan promosi dengan

menggunakan bentuk pesan infomatif dan persuasif yang berisi pesan seputar kebutuhan klien akan promosi dengan menggunakan sarana *billboard* guna kemajuan perusahan dan tentunya kemajuan klien itu sendiri dengan kata lain simbiosis mutualisme atau *win win solution* dan juga menggunakan komunikasi bermedia yaitu menggunakan Surat penawaran beserta *company profile* perusahaan, *Telephone, SMS blast, E mail Blast* terkadang juga mengadakan Pameran dan Seminar agar berjalan efektif dan efisien.

3. Evaluasi yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra adalah *sharing* ketika *Morning briefing* yang dilakukan sebelum waktu bekerja dalam waktu yang singkat dan bertujuan untuk mengingatkan karyawan mengenai pengetahuan atau ketrampilan menyangkut pekerjaan mereka dan pada saat *daily report* setiap sore hari karena *daily report* ini mengulas tentang apa yang MPR lakukan hari ini kendala apa yang dihadapi atau sesuatu yang tidak dimengerti oleh MPR dalah hal promosi kepada klien. Dan juga melakukan evaluasi klien ketika *pitching* untung mengetahui data-data tentang kliennya dan klien mana yang harus ditindak lanjuti.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang didukung oleh wawancara dengan pihak *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung, maka dengan ini penulis akan memberikan saran kepada *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani

Ihatra Bandung dalam mempromosikan Media *billboard* kepada kliennya. Melalui beberapa *point* sebagai berikut :

1. Ada baiknya jika karyawan pada bagian staf *Marketing Public Relations* CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung ditambah lagi karena mengingat hanya dua orang karyawan saja sedangkan pekerjaan dalam bidang *Marketing Public Relations* cukup banyak.
2. Lebih meningkatkan kembali hubungan baik dengan klien-klien yang telah bergabung di CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung dan mempererat atau memperdalam hubungan baik dengan klien-klien baru dengan cara menjaga komunikasi dengan klien seperti mengirim ucapan atau bingkisan ketika perusahaan klien ulang tahun, men-*Follow Up* karena klien adalah aset perusahaan
3. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian di CV.Winasis Amengani Ihatra Bandung sebaiknya pengambilan judul lebih spesifik menjurus kepada promosi produknya