

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan yang sudah di lakukan dari penelitian ini adalah

1. Marketing Communication melakukan strategi periklanan Mall epiwalk dalam upaya menarik pengunjung melalui media sosial Instagram sudah di laksanakan secara optimal hingga dapat mempertahankannya hingga sekarang, terhitung selama 9 tahun lamanya.
2. Marketing Communication Epiwalk mengunggah iklan iklannya di Instagram karena di yakini kuat bahwa instagram adalah salah satu aplikasi di saat ini yang bisa mendatangkan traffic karna jumlah pengguna yang besar, memiliki visual yang menarik, dan bisa menentukan targetting yang akurat.
3. Untuk mencapai strategi periklanan yang efektif, perusahaan perlu mengidentifikasi atribut atau manfaat unik yang menarik bagi pelanggan target dan menonjolkan keunggulan kompetitif mereka, Dalam hal ini epiwalk menciptakan citra dan keunikan yang menarik bagi target audiens, memposting konten yang kreatif dan menarik yang berhubungan dengan mal dan pengalaman berbelanja di dalamnya.

4. Marketing Communication epiwalk mall memiliki hubungan kerjasama dengan banyak pihak internal maupun eksternal. Marketing Communication epiwalk Mall yang terlibat dalam pelaksanaannya, Bidang tanggung jawab bagian Marketing Communication adalah komunikasi dan periklanan, pengiriman surat ke tenant tentang pengajuan dan laporan mengenai iklan yang akan di upload, menangani urusan dengan eo yang akan mengadakan event di mall epiwalk, juga jika terjadi kendala di bidang pelayanan, membuat berita acara untuk segala schedule kegiatan, meeting dengan vendor, tenant atau pun pihak berkepentingan lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan data-data, temuan-temuan dan hasil penelitian yang diperoleh melalui penelitian, terdapat beberapa saran sebagai kesempurnaan dan kelengkapan penulisan skripsi penulis, yaitu:

1. Saran segi Praktis

- a) Di harapkan Departmen Marketing Communication Epiwalk Mall sebaiknya menambah SDM nya agar semakin lebih optimal dan semakin banyak tenant dan EO yang memiliki loyalitas.
- b) Di harapkan Untuk memperbarui konten konten iklan yang di unggah, lebih kreatif dalam mendesign, dan mengoptimalkan fitur fitur yang di sediakan oleh Instagram.

2. Saran Segi Teoritis

- a) Di saran kan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan sumber lain yang melihat urgensi ilmu komunikasi (teori komunikasi) khususnya pada profesi Marketing Communication

sejalan dengan interpretasi keadaan global terkini

- b) Kedepannya melakukan penelitian yang cermat untuk memahami teori-teori yang relevan dengan masalah atau pertanyaan yang dihadapi. Jelajahi jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber daya teoretis lainnya yang relevan untuk mendapatkan pemahaman yang kuat tentang bidang yang bersangkutan.

