

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan pada penelitian dapat disimpulkan bahwa Analisis Promosi Film *The Batman* Melalui Media Sosial *Instagram* menunjukkan kesesuaian hasil temuan dan observasi berdasarkan pada teori *Promotion Mix* yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong yaitu:

1. **Iklan (*Advertising*)**: Tim pemasaran film *The Batman* menjalin kerja sama dengan beberapa media untuk mengiklankan film mereka
2. **Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**: Poster film dan cuplikan *trailer* menjadi fokus utama promosi film ini. Selain itu ada penggunaan teknologi *IMAX* yang mereka unggulkan untuk menambah pengalaman sinema bagi para calon penonton.
3. **Penjualan Personal (*Personal Selling*)**: Pada bauran ini peneliti tidak menemukan hal terkait promosi penjualan personal film *The Batman* pada media sosial *Instagram*.
4. **Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)**: Ulasan film dari berbagai orang yang terlibat seperti jurnalis dan kritikus film berperan penting dalam promosi ini.
5. **Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)**: Tim pemasaran film *The Batman* membuat akun *Instagram* resmi untuk film dimaksudkan agar lebih dekat dengan para penggemar.

Analisis promosi film *The Batman* melalui media sosial *Instagram* telah melalui rangkaian bauran dari teori *Promotion Mix* yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong yaitu Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Hubungan Masyarakat, dan Pemasaran Langsung. Tetapi pada tahapan penjualan personal tidak terlihat signifikan pada media sosial *instagram*.

## 5.2 Saran

- Diharapkan pada tim pemasaran suatu film untuk meningkatkan kembali interaksi dengan penggemar ataupun calon penonton terutama melalui media sosial *Instagram* terutama dalam penjualan personal pada promosi film *The Batman* di media sosial *Instagram*, dengan melakukan hal tersebut dapat juga meningkatkan pendapatan hasil pasca produksi, serta tim pemasaran film "The Batman" dapat memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mencapai kesuksesan dalam promosi film dan menjangkau audiens yang tepat.
- Selain membuat kegiatan kreatif tim pemasaran film juga harus mengidentifikasi segmen target yang paling mungkin tertarik dengan film ini, seperti penggemar superhero, penggemar film aksi, atau penggemar film Batman sebelumnya. Fokuskan upaya promosi penjualan personal pada segmen ini untuk memaksimalkan hasil yang lebih baik untuk dimata penggemar maupun penikmat film.