

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai strategi ADiTV dalam keberlangsungan produksi program Omah Bakoelan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam mengatasi permasalahan sulitnya mendapat klien untuk program Omah Bakoelan, ADiTV menerapkan strategi komunikasi pemasaran berupa tiga elemen bauran promosi (*promotion mix/communication mix*) yaitu *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion*. Dari ketiga elemen bauran promosi tersebut, strategi *Personal Selling* secara *online* merupakan strategi paling efektif dilakukan karena hanya dengan mengirim *copywriting* melalui media sosial, mendapat umpan balik dengan cepat dan dapat membangun kepercayaan dengan klien hingga terjadinya transaksi. *Personal selling* seperti ini dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara tim marketing dan klien sehingga dapat mencapai loyalitas klien kepada ADiTV.
2. Walaupun tidak menggunakan kelima elemen bauran promosi, strategi yang diterapkan oleh ADiTV dapat dikatakan berhasil dalam mengatasi permasalahan sulitnya mendapat klien untuk program Omah Bakoelan.

1.2 Saran

Sebelum mengakhiri penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran untuk PT. Arah Dunia Televisi, terutama untuk keseluruhan tim produksi program Omah Bakoelan. Berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Sebaiknya ADiTV mengalokasikan biaya khusus untuk memaksimalkan keperluan kegiatan promosi dan penjualan personal. Walaupun ADiTV merupakan perusahaan jasa yang identik dengan pendekatan klien secara intens, promosi sangatlah penting untuk memperluas *branding* ADiTV supaya klien yakin untuk menjadi pengiklan.
2. Sebaiknya ADiTV juga menerapkan bauran promosi *public relation* supaya dapat mencapai loyalitas klien sehingga memungkinkan klien untuk mempromosikan UMKM nya secara berkala dalam program Omah Bakoelan lagi.

