

BAB V

Kesimpulan dan Saran

V.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dari studi kasus mengenai strategi *public relations* Marvel City dalam meningkatkan animo pengunjung. *Public relations* disini menjadi pelaku utama dalam pelaksanaan strategi dari Marvel City dalam meningkatkan animo pengunjung. Cara yang digunakan oleh *public relations* dalam meningkatkan animo pengunjung adalah melalui *event*.

Event yang digunakan adalah *event meet and greet*. *Event* ini adalah *event* dimana penonton yang datang pad acara ini akan bertemu dengan artis idola mereka. *Event* ini dibagi dalam 4 tahapan yaitu mendefinisikan masalah, membuat rencana dan strategi, bertindak dan berkomunikasi dan juga evaluasi program. Pada tahapan dalam *event* ini adalah penentuan konsep, segmentasi, kerjasama, waktu dan tempat, setelah itu akan melakukan tahapan promosi dan publikasi lalu pelaksanaan acara dan terakhir adalah evaluasi *event meet and greet*. *Event* ini berhasil merubah *awarness* masyarakat juga selain hanya untuk meningkatkan pengunjung untuk Marvel City. *Event* ini merupakan sebuah terobosan yang berhasil dilakukan oleh *public relations* dari Marvel City. Pengukuran keberhasilan dari *event* ini dapat dilihat dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada para pengunjung yang mengikuti *meet and greet*.

Event ini menjadi salah satu kunci Marvel City untuk mendatangkan pengunjung. Acara ini adalah acara yang *free*, sehingga acara ini sangatlah diminati oleh kaum remaja, terutama dikisaran umur 15-30 tahun.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Praktis

Lebih baik ketika mendefinisikan sebuah masalah atau melihat adanya permasalahan marvel tidak hanya menggunakan 2 cara, namun bisa menggunakan beberapa cara sehingga masalah yang didapatkan akan lebih luas dan detail. Ada cara lain untuk melaksanakan definisi masalah mungkin bisa menambah cara yaitu survei dan riset, sehingga akan mengetahui seperti apa permasalahan yang ada selain permasalahan utama yang dihadapi oleh marvel.

V.2.2 Saran Akademis

Berikut adalah beberapa saran akademis yang berguna bagi penelitian selanjutnya:

1. Ketika akan melakukan penelitian yang akan datang dalam melakukan pendapat dari wawancara pengunjung untuk lebih luas melakukan explore sehingga data yang didapatkan lebih luas dan mampu menjadi acuan dalam analisis.
2. Pada penelitian yang akan datang ketika melakukan wawancara terhadap pihak narasumber utama untuk bisa menambah wawancara terhadap beberapa orang lagi sehingga data yang didapatkan akan lebih kaya dan luas sehingga memudahkan analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Research Methods : An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications, Inc.
- Cutlip, Scott M., 2011, *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media group
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. (Daniel Yadi, Trans). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya..
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Nurjaman, Kadar & Umam Khaerul. 2012. *Komunikasi Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia
- Kotler Philip & Armstrong Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed)*. PT. Gelora Aksara Pratama
- Oliver, Sandra. 2006. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Revika Aditama.
- Yin, Robert K. 2004. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta. PT. Raja Grafindo