

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Event TNI MIL – FEST (TNI Festival) adalah serangkaian kegiatan promosi yang diikuti dengan pameran alutsista dan kendaraan taktis dengan melibatkan prajurit TNI baik Angkatan Darat, Angkatan Laut, Angkatan Udara, maupun akademik. *Event* yang dirancang dibuat menarik agar pesan yang disampaikan dapat tersalurkan dengan baik, tentunya dibantu dengan media dalam mempromosikan Paragon Mall. Media yang digunakan seperti media elektronik, media cetak, media online dan media luar ruangan yaitu poster dan *billboard*.

Perencanaan yang dilakukan oleh Solo Paragon Mall diawali dengan mengidentifikasi audiens, dari semua kalangan baik itu pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum. Tujuan komunikasi yang dilakukan Solo Paragon *Lifestyle* Mall dengan menghadirkan TNI selain untuk promosi juga menumbuhkan *image* bahwa TNI bisa membaaur dengan masyarakat luas sehingga citra TNI yang terkesan sangar berubah menjadi TNI yang ramah pada masyarakat. Selain itu, Solo Paragon *Lifestyle* Mall juga memberikan inovasi baru dalam melakukan strategi promosinya dengan adanya TNI yang masuk ke mall, karena mall sekarang menjadi tujuan utama untuk mayoritas orang serta berkumpul bersama keluarga atau *refreshing*. Acara

ini dianggap efektif dalam mempromosikannya dan mempersuasif khalayak umum.

Hubungan TNI dengan Solo Paragon *Lifestyle* Mall itu jelas keduanya saling memberi *feedback* positif bahwa Paragon Mall membantu TNI merubah citra sangar dan TNI membantu paragon dalam promosi dengan cara menyelenggarakan *event* TNI *Military* Festival 2016 di mall, namun dalam pengoperasiannya Paragon tidak menggunakan *website* untuk media promosi dan kurang menggunakan media luar ruangan dan tidak ada pemasangan iklan lewat video tron untuk mempromosikannya. Dalam menganggarkan promosi juga belum bisa dikatakan berhasil karena masih ada kekurangan dalam mengiklankan lewat media *online*. Dalam mengkoordinasi komunikasi masih kurang karena tidak dilakukan evaluasi secara rutin dan menyeluruh.

Evaluasi promosi yang dilakukan Solo Paragon Mall belum berjalan dengan baik karena ada beberapa program promosi yang tidak digunakan pada saat evaluasi. Keseluruhannya saja tidak dijabarkan secara detail dan evaluasi hanya dilaksanakan sekali saja.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan yang ada, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Solo Paragon Mall

- Menambah media promosi pada media *online* dengan menggunakan *website*.
- Menambah iklan di media cetak koran, memakai video tron untuk mempromosikannya.
- Menjelaskan secara detail berapa pengeluaran yang sudah digunakan untuk event TNI *Military* Festival 2016 dengan segala media promosi yang digunakan.
- Menambah di beberapa titik lokasi untuk memasang *billboard*, untuk menyelenggarakan konferensi pers diharapkan melakukannya sebanyak tiga kali sebelum *event* TNI *Military* Festival dimulai serta meningkatkan evaluasi.

2. Untuk peneliti harus lebih aktif mencari data evaluasi promosi Solo Paragon Mall kemudian membuat grafik minat pengunjung yang diukur dari hasil evaluasi, setiap perbedaan grafik akan terlihat kenaikan dan penurunan pengunjung sehingga hal ini dapat mengacu Solo Paragon Mall untuk lebih baik dalam melakukan promosi yang tentunya berpengaruh pada pengunjung yang datang.