

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan pendeskripsian mengenai evaluasi program promosi yang digunakan pada *The World Of Ghibli Jakarta 2017* dalam memperkenalkan film animasi *Studio Ghibli*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Dalam melakukan kegiatan evaluasi program promosi, *The World of Ghibli Jakarta* mengacu pada Evaluasi Sumatif, yaitu evaluasi yang dilakukan setelah program selesai dilaksanakan.
2. Media periklanan yang digunakan oleh *The World of Ghibli Jakarta* berupa media online seperti *Website, Instagram, Official Line, Twitter* dan *facebook*.
3. *The World of Ghibli Jakarta* menggunakan program promosi *Screening Spirited Away* hanya menggunakan media online untuk promosi sedangkan pada *Screening My Neighbor Totoro* dengan menekankan pada periklanan (*Advertising*) karena media tersebut merupakan media yang sudah biasa digunakan sebagai sarana penyampaian pesan kepada masyarakat dan dianggap lebih efektif dalam menjangkau sasaran. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak melalui media seperti

- Roll up banner, flyer, poster, standee*, yang dipasang atau diletakkan diseluruh jaringan XXI yang tersebar di 17 kota di Indonesia. Tujuannya agar masyarakat dapat melihat dan mendapatkan informasi.
4. Perbedaan program promosi yang dilakukan antara *Spirited Away* dan *My Neighbor Totoro* sangat mempengaruhi penjualan tiket *screening*.
 5. Dalam evaluasi Promosi *The World of Ghibli Jakarta*, Promosi penjualan dan penjualan perorangan sangat berpengaruh dalam memperkenalkan *The World of Ghibli Jakarta* khususnya dalam penjualan tiket.
 6. Dalam program promosi *Screening* film berikutnya, pihak *The World of Ghibli Jakarta* akan tetap menggunakan *Merchandise*, karena dirasa sangat efektif dalam menarik dan memperkenalkan *The World of Ghibli Jakarta* kepada masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Dengan memanfaatkan media iklan lini atas seperti televisi, radio, surat kabar. Dengan membuka kerjasama dengan agensi periklanan. Iklan yang ditayangkan dengan target semua golongan dan semua umur, Dengan media ini diharap dapat membantu memperkenalkan *The World of Ghibli Jakarta*. Sehingga bukan hanya penggemar *Studio*

Ghibli saja yang mengetahui keberadaan *The World of Ghibli Jakarta* tetapi semua masyarakat umum yang ada di Indonesia.

2. Melakukan kerjasama dengan forum komunitas pecinta *anime* dan *otaku*
3. Membuat dan Memberikan materi tepat waktu kepada *volunteer*, supaya *volunteer* dapat memberikan informasi kepada pengunjung dengan tepat.