

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian penelitian serta pembahasan yang peneliti telah lakukan terhadap Mobile LED MING di PT. Mitra Inovasi Gemilang dengan judul “Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan melalui *Mobile LED MING*”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. Mitra Inovasi Gemilang menggunakan strategi komunikasi yaitu dengan 3 tahapan; perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. PT. Mitra Inovasi Gemilang merumuskan dan mengeluarkan media inovasi yang unik dan kreatif untuk beriklan atau memasarkan suatu jasa atau produk melalui *mobile LED MING*. Strategi komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam menyampaikan pesan iklan melalui *mobile LED MING* adalah dengan menjadikan sarana beriklan yang unik dan kreatif dengan harga terjangkau dan mencakup target serta sasaran yang luas dengan melewati rute-rute premium yang ditentukan.
2. *Mobile LED MING* merupakan salah satu media iklan luar ruang yang dapat menjangkau sasaran dengan lebih cepat dan lebih luas, yang beroperasi dimulai dari hari senin sampai jumat pada jam 07.00 – 21.00 dan di hari sabtu di jam 10.00 - 21.00. Untuk menghitung data *viewers* atau *traffic* dari media *mobile LED MING* ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi. Aplikasi tersebut menghitung banyaknya mobil dan motor yang melewati *mobile LED*.

3. Pesan yang disajikan oleh *mobile LED MING* bisa berbentuk informatif, persuasif, dan koersif. Jenis iklan yang ditampilkan oleh mobile LED berupa iklan komersial dan iklan layanan masyarakat yang bertujuan untuk menimbulkan *precipitation*, *perssuasion*, *reinforcement* dan *reminder* terhadap khlayak ramai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam menyampaikan pesan iklan melalui *mobile LED MING*. Maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Mitra Inovasi Gemilang lebih berinovasi untuk mengeluarkan media-media baru yang lebih menarik untuk beriklan. Menyediakan inovasi media yang dapat menjangkau khalayak lebih banyak lagi dengan menggunakan media yang dapat melewati jalan-jalan kecil. Menambah rute yang strategis agar media *mobile LED MING* dapat dikenal dan iklan dapat tersampaikan dengan baik dan menambah penyebaran *mobile LED MING* agar dapat dikenal dan menjadi media beriklan yang banyak digunakan. Pada tahun 2020 semoga dapat terealisasikan untuk mengeluarkan media baru dan memperluas wilayah penyebaran *mobile LED MING*.
2. Pada penelitian ini hanya meneliti tentang strategi komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam menyampaikan pesan iklan melalui *mobile LED MING*. Peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya akan meneliti lebih luas dan spesifik.

3. Diharapkan penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian kualitatif yang lebih variatif serta menggali lebih dalam lagi mengenai tahapan strategi komunikasi, karena studi ini memiliki ruang lingkup yang cukup luas.