

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari fokus penelitian dan uraian analisis yang peneliti telah paparkan di tiap-tiap bab, maka penulis dapat menarik simpulan terkait dengan fokus penelitian diantaranya :

1. Pemanfaatan media *official web* JX International sebagai sarana promosi pengadaan *event* memiliki dua manfaat yaitu manfaat bagi khalayak dan manfaat bagi perusahaan. Adapun manfaat bagi khalayak dengan adanya media *official web* ini yaitu memudahkan mereka mendapatkan informasi seputar kegiatan yang ada di JX International termasuk promosi-promosi *event* yang akan dan telah berlangsung di gedung JX International.

Dengan adanya media *official web* JX International ini, khalayak atau khususnya calon klien JX International tidak perlu datang langsung ke lokasi (JX International) untuk melihat *lay out* gedung dan fasilitas-fasilitas yang ada di gedung tersebut. Mereka cukup mengakses media *official web* JX International dengan alamat *www.jx.co.id* untuk mengetahui seputar informasi *event* yang akan diselenggarakan. Pada akhirnya keberadaan media *official web* JX International ini juga digunakan oleh khalayak sebagai panduan untuk mengetahui *event* apa saja yang akan dan telah diselenggarakan di gedung JX International.

Sedangkan manfaat media *official web* JX International bagi perusahaan yaitu sebagai media informasi dan promosi kepada khalayak seputar kegiatan-kegiatan di JX International, khususnya kepada klien JX International dan sebagai sarana promosi pengadaan *event*. Media *official web* JX International ini sangat membantu tim marketing dalam berpromosi selain komunikasi langsung dengan klien. Adapun dengan keberadaan media *official web* JX International juga memudahkan perusahaan untuk meng-*share* informasi yang ada di dalam *web* melalui *link-link* yang telah tersedia seperti *social media* yaitu facebook dan twitter, media *partner* yaitu Jawa Pos dan Suara Surabaya. Perusahaan juga memanfaatkan fasilitas BBM (*BlackBerry Messenger*) untuk meng-*share event-event* yang akan diselenggarakan di gedung JX International, dalam rangka mempromosikan kepada klien-klien yang pernah bekerja sama dengan JX International agar berpartisipasi dalam *event* tersebut.

2. Aspek yang mendukung pemanfaatan media *official web* JX International sebagai sarana promosi pengadaan *event* adalah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini yang di dominasi oleh tingkat mobilitas tinggi karena adanya demam *gadget*. Segala informasi dari mana pun dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah dan cepat melalui *hand phone*, *ipad*, *tablet* maupun alat komunikasi lain yang berbasis internet. Sarana promosi melalui media *web* ini lah, sangat efektif jika dimanfaatkan atau dipergunakan pada era globalisasi seperti sekarang ini

yang memiliki tingkat mobilitas tinggi sehingga kebutuhan akan informasi apapun dapat disajikan kepada masyarakat secara efisien.

Adapun aspek yang menghambat media *official web* JX International sebagai sarana promosi pengadaan *event* yaitu yang pertama terbatasnya jumlah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk mengelola media *official web* JX International setiap harinya. Ini dikarenakan perusahaan hanya memiliki satu orang yang bertugas menyajikan informasi ke dalam media *official web* JX International yaitu marketing komunikasi oleh Hasan Sentot (Hansen). Terbatasnya jumlah SDM ini sangat dirasakan perusahaan apabila *event* yang tengah diselenggarakan di JX International mengalami peningkatan dalam jumlah banyak. Hal ini membuat Hansen yang bertugas meng-*update event* ke dalam media *official web* JX International mengalami kerepotan. Secara otomatis tidak semua *event* dapat dipublikasikan ke dalam media *official web* JX International. Foto-foto selama *event* tidak dapat ter-*upload* semua sesaat setelah *event* berakhir atau selesai diselenggarakan. Akan tetapi menunggu beberapa hari atau minggu, hasil dari *event* tersebut dapat disajikan di dalam media *official web* JX International dan dapat di-*share* kepada khalayak.

Aspek yang menghambat kedua adalah fasilitas internet yang barter dengan *vendor*. Adapun *vendor* yang dimaksud di sini adalah perusahaan penyedia jasa internet. JX International mendapatkan layanan *WiFi* gratis bekerja sama dengan Dnet (nama *vendor*). *WiFi* di sini adalah fasilitas sambungan internet yang dapat diakses siapa saja pada saat berada

di sekitar area gedung JX International. Dengan adanya kerja sama ini lah, JX International secara tidak langsung melakukan sistem barter dengan *vendor* yaitu saling bertukar keuntungan yang sama. JX International mempromosikan Dnet kepada masyarakat khususnya klien bahwa perusahaan penyedia jasa internet ini menyediakan layanan *WiFi* yang memiliki jaringan koneksi internet yang stabil dan cepat. Oleh karena itu, pada saat masyarakat menggunakan *free WiFi* di sekitar gedung JX International maka mereka akan tertarik menggunakan *WiFi* dengan ‘merek’ Dnet. Sehingga secara otomatis jaringan internet gratis tersebut tidak lagi optimal digunakan perusahaan, karena pengguna layanan *WiFi* tersebut juga dimanfaatkan oleh khalayak umum.

B. Rekomendasi

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi dapat dijadikan wacana untuk mengembangkan materi tentang periklanan (*advertising*) khususnya yang membahas tentang media *website* dan apapun *content-content* yang ada di dalamnya. Selain itu, media *web* menjadi salah satu sarana promosi yang efektif dan efisien bagi sebuah instansi maupun perusahaan. Sehingga, ke depannya pembelajaran seputar *advertising* dapat memiliki kompetensi yang bermutu baik.
2. Bagi JX International sebagai perusahaan yang menjadi lokasi penelitian, diharapkan dapat menjadi masukan yang positif untuk peningkatan layanan jasa penyewaan gedung melalui media *official web* ini, dengan

memperhatikan aspek-aspek yang mendukung dan menghambat pemanfaatan media *official web* JX International sebagai sarana promosi pengadaan *event*. Sehingga ke depannya, tampilan yang ada di dalam media *official web* dapat bermanfaat penuh untuk mempublikasikan keberadaan JX International dan banyak klien yang menyelenggarakan sebuah *event* di gedung tersebut.

3. Bagi masyarakat dan khususnya pembaca dapat mendorong melakukan penelitian selanjutnya agar hasil penelitian ini dapat di-*compare* dengan penelitian lain yang sejenis, sehingga pembahasan mengenai media *website* dapat semakin akrab di telinga masyarakat khususnya sebagai salah satu media promosi untuk produk maupun jasa.
4. Untuk yang terakhir, bagi Fakultas Dakwah sebagai salah satu institut islam yang ada di kota Surabaya, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah keislaman di fakultas dakwah khususnya di bidang ilmu komunikasi minat studi *advertising*.