

BAB IV

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya yang berhubungan dengan Program Promosi launching 4G LTE pada PT. Telkomsel Branch Semarang, kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Adanya pergeseran media dari media konvensional ke media digital, turut serta memberikan pengaruh kepada perusahaan dalam menggunakan media untuk melakukan kegiatan promosi. Seperti Telkomsel yang menggunakan media social sebagai salah satu program dalam berpromosi. Salah satunya melalui akun twitter @TselSMG, Telkomsel mencoba mengambil langkah di era digital pada saat ini.
2. Peran *Youth & Community* salah satunya ialah *Community Relations*, hal ini dapat dilakukan dengan menjalin hubungan baik kepada stakeholder Telkomsel Branch Semarang khususnya komunitas-komunitas yang ada di Kota Semarang. Keterjalinan hubungan tersebut yang nantinya mempermudah Telkomsel untuk melakukan kegiatan promosi kepada konsumen khususnya kepada komunitas-komunitas di Kota Semarang.
3. Banyak cara yang dilakukan PT. Telkomsel Branch Semarang dalam melakukan kegiatan promosi. Hal tersebut membuat kegiatan promosi dapat menjangkau semua konsumen.

1.2. Saran

Selama penulis melakukan Kuliah Kerja Praktek di PT. Telkomsel Branch Semarang, terdapat beberapa hal yang ingin penulis sampaikan agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik semoga dapat berkenan dan dapat menjadi bahan pertimbangan. Saran-saran tersebut adalah:

1. Lebih banyak menggandeng komunitas-komunitas yang ada di Kota Semarang dan sekitarnya seperti komunitas-komunitas yang ada di Kabupaten Kendal, Kabupaten Pati, Kabupaten Kudus, Kabupaten Purwodadi dan Kota Salatiga.
2. Menggunakan akun-akun media social dengan lebih intens seperti melakukan update setiap hari.
3. Pada Sub Departemen *Youth & Community* agar lebih banyak mengadakan kegiatan yang melibatkan mahasiswa dan mahasiswi di kampus-kampus yang ada di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga

Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Robbins, Stephen P, dan Coulter, Mary, 2009, *PengantarManajemen*, Edisi

Sepuluh. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.

<http://www.telkomsel.com/> Diakses pada tanggal 08 juni 2016 pukul 11.42 WIB

