

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran majalah *Panjebar Semangat* tidak menerapkan seluruh komponen berdasarkan teori *Integrated Marketing Communication* oleh Tom Brannan. Komponen tersebut diantaranya : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Langsung, *Public Relations*, Pemasaran Langsung, dan Penjualan Interaktif. Komponen yang diterapkan didalam melakukan pemasaran yakni hanya, Periklanan melalui Radio, Promosi penjualan dengan memberikan potongan harga, Pemasaran Langsung melalui agen, dan Penjualan intraktif yang memanfaatkan internet berupa website dalam memberikan informasi terkait produk.

PT. Pancaran Semangat Jaya tidak menerapkan komponen PR karena PT. Pancaran Semangat Jaya berkerja dibidang media sehingga secara otomatis mereka semua adalah Humas perusahaan. Pada teori IMC oleh Tom Brannan telah dijelaskan berbagai fungsi utama yang dilakukan oleh PR akan tetapi fungsi-fungsi tersebut tidak dilakukan kecuali pembentukan citra. Penjualan Langsung dalam PT. Pancaran Semangat Jaya juga tidak diterapkan, karena PT. Pancaran Semangat Jaya memiliki sistem sendiri yakni tidak melakukan penawaran produk secara personal melainkan hanya menunggu pembeli yang ingin membeli produk.

Strategi utama yang digunakan majalah *Panjebar Semangat* dalam mempertahankan eksistensinya yakni, PT. Pancaran Semangat Jaya memiliki penggemar yang fanatik terhadap produknya, sehingga majalah *Panjebar Semangat* mampu bertahan dan bersaing dengan media cetak lainnya. Bahasa yang digunakan majalah *Panjebar Semangat* juga berperan dalam menarik perhatian konsumen sehingga membeli produk karena bahasa yang digunakan yakni bahasa Jawa *Ngkoko Alus*. Konten dalam majalah *Panjebar Semangat* memuat tentang informasi yang terjadi di Indonesia, dan konten tersebut bersifat menyeluruh bukan hanya di Jawa Timur saja. Hal tersebut mampu membuktikan bahwa majalah *Panjebar Semangat* mampu bertahan karena berbagai strategi khusus yang digunakan diatas.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan yang dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan majalah *Panjebar Semangat* dalam upaya pengembangan perusahaan menjadi lebih baik lagi. Sebaiknya PT. Pancaran Semangat Jaya memiliki seorang *Public Relations* agar tugas dan fungsinya dapat dilakukan dengan baik sebagaimana mestinya dilakukan oleh seorang PR.