

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan:

5.1.1 Faktor yang menjadi bahan pertimbangan pemilik perusahaan dalam memilih surat kabar yaitu:

1. Surat kabar banyak dibaca oleh masyarakat Yogyakarta.
2. Jangkauan dari surat kabar luas.
3. Biaya yang dikeluarkan relatif murah dibanding media lain.
4. Surat kabar merupakan media yang digunakan untuk mencari informasi pertama kali.
5. Surat kabar merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi.

Faktor-faktor tersebut yang selama ini menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam memilih surat kabar. Mereka tidak mengetahui fakta keadaan atau kondisi dari surat kabar yang digunakan sebagai media iklan. Tetapi berdasarkan Analisis CCREAM perusahaan dapat mengetahui pemilihan surat kabar yang layak dipilih sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.

5.1.2 Menyesuaikan pemilihan surat kabar sebagai media periklanan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan dengan Analisis CCREAM

Tabel 5.1
Hasil Perbandingan

Nama Perusahaan	Pemilihan oleh Perusahaan	Pemilihan dengan Analisis CCREAM
ACC AWNING	•Bernas Jogja •Kedaulatan Rakyat	1.Bernas Jogja 2.Kedaulatan Rakyat
Union Gypsum	•Bernas Jogja •Harian Jogja	1.Bernas Jogja 2.Kompas & Harian Jogja
Dak Keraton	•Kedaulatan Rakyat •Kompas •Harian Jogja •Radar Jogja	1.Bernas Jogja 2.Kedaulatan Rakyat 3.Kompas 4.Harian Jogja
Nanda Car Rental	•Kedaulatan Rakyat •Bernas Jogja •Radar Jogja •Harian Jogja	1.Kedaulatan Rakyat 2.Bernas Jogja 3.Kompas 4.Radar Jogja
Menjangan Trans	•Harian Jogja •Kompas •Radar Jogja	1.Bernas Jogja 2.Harian Jogja 3.Kompas
Asri Sewa Mobil	•Radar Jogja •Kedaulatan Rakyat	1.Bernas Jogja 2.Kompas

1. Untuk perusahaan ACC AWNING yang selama ini memasang iklan di surat kabar Bernas Jogja dan Kedaulatan Rakyat sudah sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Perusahaan ACC AWNING lebih baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.

2. Untuk perusahaan Union Gypsum yang selama ini memasang iklan di surat kabar Bernas Jogja dan Harian Jogja sudah sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Tetapi berdasarkan perhitungan Peta CCREAM surat kabar Kompas mempunyai kedudukan yang sama dengan surat kabar Harian Jogja, sehingga perusahaan dapat juga memasang iklan di surat kabar Kompas. Perusahaan Union Gypsum lebih baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.
3. Untuk perusahaan Dak Keraton yang selama ini memasang iklan di surat kabar Kedaulatan Rakyat, Kompas, dan Harian Jogja sudah sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Tetapi berdasarkan perhitungan Peta CCREAM surat kabar Radar Jogja yang selama ini digunakan lebih baik diubah di surat kabar Bernas Jogja. Perusahaan Dak Keraton lebih baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.
4. Untuk perusahaan Nanda Car Rental yang selama ini memasang iklan di surat kabar Kedaulatan Rakyat, Bernas Jogja, dan Radar Jogja sudah sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Tetapi berdasarkan perhitungan Peta CCREAM surat kabar Harian Jogja yang selama ini digunakan lebih baik diubah di surat kabar Kompas. Perusahaan Nanda Car Rental lebih

baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.

5. Untuk perusahaan Menjangan Trans yang selama ini memasang iklan di surat kabar Harian Jogja, dan Kompas sudah sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Tetapi berdasarkan perhitungan Peta CCREAM surat kabar Radar Jogja yang selama ini digunakan lebih baik diubah di surat kabar Harian Jogja. Perusahaan Menjangan Trans lebih baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.
6. Untuk perusahaan Asri Sewa Mobil yang selama ini memasang iklan di surat kabar Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja belum sesuai dengan pemilihan yang dilakukan dengan Analisis CCREAM. Berdasarkan perhitungan Peta CCREAM lebih baik memasang iklan di surat kabar Bernas Jogja dan Kompas. Perusahaan Asri Sewa Mobil lebih baik memasang iklan di surat kabar tersebut karena sesuai dengan harapan dan keinginan dari perusahaan.

5.2 Implikasi Manajerial

Bagi pemasang iklan, dengan penelitian ini hendaknya para pemasang iklan menjadi lebih memahami dalam pemilihan surat kabar sebagai media periklanan, baik dari jumlah sirkulasi, biaya pemasangan iklan, jumlah pembaca,

editorial, periklanan, dan bantuan pemasaran. Sehingga pemasang iklan dapat memasang iklan sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Bagi pihak surat kabar, menjadi semakin memahami faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pemasang iklan dalam memilih surat kabar sebagai media periklanan. Sehingga pihak surat kabar dapat memberikan pelayanan yang sesuai tentang informasi yang ingin diketahui oleh pemasang iklan.

5.3 Saran

Dari kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam melakukan pemilihan media periklanan, lebih baik jika tidak dilakukan pada satu media saja (surat kabar saja, radio saja, televisi saja). Pemilihan media dapat dilakukan pada dua media atau lebih, sehingga dapat memberi jangkauan pemasaran yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andai Yani. 2010, 5 Oktober. <http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/commercial-companies/2043787-pengertian-iklan/>, Di akses pada tanggal 6 November 2010.
- Rani Dwi Lestari. 2009, KR 17 Desember. <http://www.krjogja.com/krjogja/news>, Di akses pada tanggal 8 Januari 2011.
- Redha Herdianto. 2009, 9 January. <http://blog.unila.ac.id/redha/2009/01/09/analisis-isi-content-analisisi/>, Di akses pada tanggal 22 Desember 2010.
- Hahn, Fred E dan Kenneth G Mangun. 2002. *Beriklan dan berpromosi Sendiri*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lee, M dan Johnson, C. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- _____. 2010, 27 September, <http://id.wikipedia.org/wiki/Promosi>, Di akses pada tanggal 8 Januari 2011.
- _____. 2010, 20 November, <http://id.wikipedia.org/wiki/Koran>, Di akses pada tanggal 3 Desember 2010.



LAMPIRAN

LAMPIRAN



Wawancara dengan Perusahaan
ACC AWNING



Lokasi ACC AWNING



Salah Satu Contoh Produk



Salah Satu Contoh Produk



Wawancara dengan Perusahaan
Union Gypsum



Lokasi Union Gypsum



Contoh Produk Union Gypsum



Proses Pembuatan



Wawancara dengan Perusahaan
Dak Keraton



Lokasi Dak Keraton



Contoh Dak Keraton



Contoh Pasangan Dak Keraton



Wawancara dengan Perusahaan
Nanda Car Rental



Lokasi Nanda Car Rental



Armada Nanda Car Rental



Armada Nanda Car Rental



Wawancara dengan Perusahaan
Menjangan Trans



Lokasi Menjangan Trans



Armada Menjangan Trans



Armada Menjangan Trans



Wawancara dengan Perusahaan
Asri Sewa Mobil



Lokasi Asri Sewa Mobil



Armada Asri Sewa Mobil



Armada Asri Sewa Mobil

ACC AWNING

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :

Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,



Union Gypsum

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :

Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


Union Gypsum

Dak Keraton

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :


Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


Dak Keraton

Nanda Car Rental

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :


Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


NANDA Car Rental
Yogyakarta
(0274) 4.33.33.33

Menjangan Trans

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :

Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

The logo consists of the letters 'mj' in a stylized pink font, followed by the word 'Menjangan' in blue and 'trans' in a smaller blue font below it. A handwritten signature in blue ink is written over the logo.

Asri Sewa Mobil

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Kepada

Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Dengan ini, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta :

Nama : Yonatan

NIM : 06 03 16385

Telah melaksanakan pengambilan data di perusahaan kami untuk menyelesaikan tugas skripsinya. Sekiranya data dan keterangan yang telah diberikan dalam penyusunan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

