

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menerapkan metode CCREAM terhadap pemilihan surat kabar sebagai sarana periklanan dari perusahaan Sri Agung dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Perusahaan Sri Agung menggunakan proses pemilihan media cetak dan surat kabar lebih karena alasan bahwa media surat kabar lebih diterima oleh setiap kalangan masyarakat. Karena isi berita yang disampaikan melalui media surat kabar bersifat umum dibanding media cetak lainnya
2. Dengan menggunakan metode CCREAM sebagai bahan pertimbangan dalam pemilihan media cetak surat kabar perusahaan Sri Agung lebih memberikan prioritas kepada 4 faktor yang ada dari enam faktor secara keseluruhan yaitu faktor sirkulasi surat kabar. Biaya total pemasangan iklan, pembaca dan juga bantuan pemasaran. Hal ini menjadi sebuah prioritas karena tujuan utama dari perusahaan dalam beriklan adalah untuk memperluas jangkauan pemasarannya sehingga dapat lebih dikenal akan keberadaan serta produk dihasilkan baik dari segi kualitas ataupun jenis barang produksinya dengan biaya yang rasional bagi perusahaan.
3. Dari hasil analisis dari data yang diperoleh perusahaan dengan metode CCREAM diperoleh hasil akhir bahwa surat kabar yang memenuhi kriteria kepentingan perusahaan Sri Agung adalah untuk digunakan sebagai sarana beriklan adalah surat kabar Solopos.

5.2. Saran

Dari kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mencoba memberikan saran guna perbaikan masyarakat.

1. Proses pemilihan media surat kabar yang dilakukan oleh perusahaan dengan metode CCREAM banyak terfokus pada pemilihan satu media surat kabar saja

padahal jika lebih dicermati ada kemungkinan perusahaan memasang iklan pada dua media surat kabar sehingga jangkauan pemasaran atau iklan yang dipublikasikan akan menyentuh lebih banyak kalangan pembaca tidak hanya dari pelanggan atau pembaca satu surat kabar tetapi bisa dari pelanggan atau pembaca surat kabar lainnya. Hal ini penulis sampaikan karena masih terdapat surplus anggaran periklanan dari perusahaan Sri Agung jika dana alokasi tersebut hanya digunakan untuk memasang iklan di satu surat kabar yang telah dipilih dengan metode CCREAM yang digunakan. Sehingga penulis melihat penggunaan dana untuk biaya iklan dari perusahaan Sri Agung masih memungkinkan untuk digunakan secara optimal.

2. Setelah menjalani proses pemilihan media surat kabar telah menghasilkan sebuah kesimpulan maka setelah proses pemuatan iklan dilakukan perlu dilakukan kajian ulang akan efektifitas iklan yang dimuat di surat kabar yang telah dipilih sehingga proses penilaian akan iklan dari perusahaan tidak berhenti pada pemilihan media tetapi berlanjut pada apakah iklan yang dimuat di surat kabar yang dipilih memberikan dampak yang baik pula untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, Basu. *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta, 1996
- Hahn, Fred E dan Kenneth G Mangun, *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Grasindo Jakarta 2002
- Russel, Thomas dan Ronald Lane, *Klepner's Advertising Procedure*. Twelth Edition Prentice Hall International Inc, 1993
- Kotler, Philip. *Dasar-dasar Pemasaran Terjemahan*, Vilhelmus W Bokowatun Edisi 2 Jilid I, Intermedia Jakarta, 1997
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan*. Implementasi dan Kontrol Edisi 9, Prentice Hall, 1997
- Lwin, May dan Jim Altchinson, *Clueles in Advertising*, BIP, 2002
- Griffin, Ricky W dan Elbert Ronald J. *Business Sixth Edition*, Prentice Hall, 2002
- Stoner, James A dan Freeman Edward, *Management Fifth Edition*, Prentice Hall International, 1992

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Wijayanto
Jabatan : Kepala Bagian Pemasaran
Alamat : Jl. Tentara Pelajar No. II Kiringan Boyolali

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Sukma Agung Widjayanto
NPM : 96.03.08879
Jurusan : Manajemen
Pendidikan : Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Periklanan Media Cetak
Perusahaan Sri Agung dengan Metode CCREAM

Adalah benar-benar melakukan praktek kerja mulai tanggal 1 Maret 2006 s/d 1 April 2006.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Boyolali, 14 Agustus 2006


SRI AGUNG
Paving Dan Batako
Agus Wijayanto
Marketing