

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kerja praktik yang dilakukan selama satu bulan di media Sundalanews.com dapat disimpulkan bahwa upaya kerjasama media sangat penting untuk meningkatkan profit perusahaan melalui peningkatan promosi dan penjualan dengan menjangkau *audiens* yang lebih luas dan membangun citra merek yang positif. Kesimpulannya adalah kolaborasi media secara strategis mempercepat penetrasi pasar, menghemat biaya promosi, dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Saran untuk perusahaan adalah menentukan target media yang tepat, mengembangkan konten yang relevan, memanfaatkan platform media sosial secara efektif, melakukan evaluasi kerja sama secara berkala, dan menjalin hubungan jangka panjang dengan mitra media seperti:

1. Peningkatan Jangkauan Kerjasama Sundalanews.com

Kerjasama media memungkinkan perusahaan untuk mencapai target audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran akan produk atau layanan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

2. Efisiensi Biaya Promosi

Dengan memanfaatkan jaringan dan sumber daya media mitra, perusahaan dapat mengoptimalkan anggaran promosi mereka, sehingga lebih efisien dalam menjangkau pasar.

3. Penguatan Citra Perusahaan

Kolaborasi media membantu membangun dan memperkuat citra positif perusahaan, menciptakan hubungan yang lebih erat dengan konsumen, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.2 Saran

Diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan yang melakukan kerja sama promosi ini menetapkan media dan mengukur efektivitasnya sebelum melakukan suatu kegiatan melalui periklanan. Karena itu penting bagi perusahaan

untuk melihat jangkauan, frekuensi, dan dampak dari iklan yang digunakan.

2. Walaupun sebagian besar program promosi penjualan dirancang berdasarkan pengalaman, seharusnya dilakukan pra-pengujian untuk menentukan apakah alat tersebut tepat, apakah besarnya insentif tersebut optimal, dan apakah metode penyajian tersebut efisien. Untuk mengevaluasi program di atas, perusahaan dapat menggunakan tiga metode, yaitu data penjualan, survey konsumen, dan eksperimen.
3. Perusahaan juga harus memperhatikan alat promosi lainnya selain promosi penjualan dan iklan yaitu seperti penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan mengadakan acara khusus.
4. Untuk tetap menjaga kepercayaan dari setiap konsumen, perusahaan diharapkan senantiasa menjaga pelayanan serta kualitas produk yang ditawarkan agar kepuasan dan loyalitas konsumen tetap terjaga dengan baik.
5. Melakukan kerja sama yang lebih baik agar tercipta keterikatan antara perusahaan dengan pelanggan, antar perusahaan yang saling bekerja sama dengan mengadakan pertemuan rutin untuk membahas dan mengevaluasi kegiatan promosi baik iklan dan promosi penjualan yang telah dilakukan sebelumnya apakah sudah berjalan dengan efektif dan efisien.