BAB 5
SIMPULAN dan SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang dilakukan oleh PT. Sinar Niaga Sejahtera , secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa tahap-tahap pelaksanaan iklan produk kacang garuda dinilai efektif terhadap konsumen sasarannya. Kesimpulan dari Analisis kebijakan periklanan produk kacang Garuda, antara lain:

- Keputusan Tujuan Iklan

  Tujuan iklan yang telah ditetapkan oleh perusahaan adalah iklan informatif dan persuasif. Dinilai baik karena pada waktu itu konsumen belum begitu mengenal produk kacang Garuda sehingga perlu menginformasikan produk tersebut, serta telah dikenal konsumen maka perlu meyakinkan serta mempengaruhi konsumen agar tetap setia pada produknya.

- Keputusan anggaran Iklan

  Dalam penentuan keputusan anggran iklan perusahaan menggunakan metode sesuai kemampuan yang ditetapkan pada rapat tahunan bersama dengan perusahaan produksi yang merupakan kelompok Garuda Food, dinilai sudah baik. Karena metode ini dalam menetapkan anggaran lebih mudah bagi perusahaan yang baru dalam mengiklankan produknya.

- Keputusan Pesan Iklan

  Perusahaan menetapkan keputusan pesan iklan melalui beberapa tahapan yaitu pembentukan pesan, evaluasi dan seleksi pesan serta pelaksanaan pesan. Dinilai baik, sebab pembentukan pesan perusahaan mendapat informasi langsung dari konsumen sasaran melalui metode induktif. Dalam evaluasi dan seleksi, diperhatikan tingkat

diinginkannya, keeksklusifannya dan dapat dipercaya. Kemudian pada pelaksanaan pesan diperhatikan unsur kreatif seperti gaya, nada, kata-kata dan format.

- Keputusan Media Iklan

Media-media yang digunakan oleh PT. Sinar Niaga Sejahtera, antara lain:

* Televisi

  Penggunaan media ini dinilai baik, karena mempunyai daya jangkau yang sangat luas dan besar selain daripada itu penyampaian pesannya lebih jelas sebab didukung oleh visualisasi gambar yang baik.

* Radio

  Didalam pemakaian media radio dinilai kurang baik sebab stasiun yang dipakai kurang terkenal serta frekuensi penayangannya relatif masih sedikit, padahal media ini termasuk media hiburan yang diminati serta cakupannya paling singkat, cepat dalam penyampain pesan.

* Majalah

  Media ini dinilai baik, sebab menggunakan majalah yang mempunyai pembaca yang besar serta mencakup pria dan wanita, sesuai dengan target perusahaan.

* Papan reklame

  Dinilai penggunaannya baik, karena penempatan yang strategis dan pesan iklan yang singkat pada iklan kacang Garuda yaitu berupa slogan.

* Brosur dan Kalender

  Pemakaian media ini dinilai baik, sebab pada kalender dan brosur tersebut dicetak

- Evaluasi Efektivitas Iklan

PT. Sinar Niaga Sejahtera melakukan pengevaluasian melalui pemantauan fluktuasi volume penjualannya setiap bulan dinilai kurang baik, sebab tidak dapat menjelaskan penyebab keefektifan suatu iklan, serta volume penjualan turun tidak selalu disebabkan oleh iklan tetapi ada beberapa faktor lain yang dapat menyebabkan penjualan turun.

5.2 Saran

Setelah menyimpulkan hasil penelitian kebijakan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran-saran yang kiranya berguna bagi perusahaan untuk mengembangkan program periklannya agar lebih baik. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

- Penggunaan media radio untuk menyampaikan pesan iklan perlu diperbaiki yaitu dalam pemakaian stasiun radio yang lebih banyak di dengar konsumen, seperti radio ELsinta, radio Ramako, radio Prambos dan lain-lain. Pendengar radio ini sesuai dengan target perusahaan yaitu pria dan wanita, semua umur kecuali balita. Lalu frekuensi penayangan harus lebih maksimal dengan menambah jam tayang pada jam-jam yang efektif ; misalnya jam 5 sore, jam 7 malam.
- Perusahaan dalam mengevaluasi efektivitas iklannya sebaiknya menggunakan evaluasi melalui dampak komunikasi iklan misalnya AIDCA. Dengan menggunakan evaluasi dampak komunikasi ikaln maka perusahaan dapat melihat langsung dan kekuatan suatu iklan sebab suatu penjualan turun dapat disebabkan oleh berbagai hal bukan dari iklan saja.