

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan analisis yang diuraikan pada bab IV sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. Global Aktual dan faktor pendukung serta penghambat dalam menarik minat pemasang iklan adalah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi PT. Global Aktual yang digunakan untuk menarik minat pemasang iklan adalah mengenal khalayak pembaca website melalui survey pembaca di media sosial Global Aktual, penyusunan pesan melalui model teori AIDDA serta Global Aktual selalu mengangkat tema-tema tentang sosial masyarakat kota serang, dalam menetapkan metode komunikasi, Global Aktual menggunakan beberapa metode yaitu menurut cara pelaksanaannya (dilakukan secara penerbitan professional), dan menurut bentuk isinya dengan menggunakan metode informatif, persuasive, dan edukatif. Kemudian pemilihan media komunikasi PT. Global Aktual menggabungkan media konvensional dengan media modern untuk menjangkau khalayak pemasang iklan secara lebih luas.
2. Faktor pendukung dan factor penghambat dalam menarik minat pemasang iklan meliputi, Globalonline.co.id mempunyai rank alexa 1.614264 , berita yang selalu mengangkat tema-tema sosial masyarakat, menyampaikan informasi ke masyarakat sesuai fakta, memiliki harga iklan yang relative terjangkau bagi perusahaan-perusahaan atau Lembaga-lembaga, adanya penggunaan media sosial seperti facebook dan Instagram dalam menyebarluaskan informasi, dan adanya Kerjasama Global Aktual dengan perusahaan-perusahaan dan Lembaga-lembaga pemerinta dalam website ataupun bidang lainnya, hal ini dilakukan dalam rangka memperkenalkan PT. Global aktual kepada khalayak. Sedangkan factor penghambat dalam menarik minat pemasang iklan yaitu meliputi, ketatnya persaingan di media online, kurangnya respon dari pembaca website, kurangnya profesionalitas dari karyawan sehingga menjadi factor penghambat dalam menarik minat pemasang iklan.

B. Saran

Berdasarkan data yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi, secara keseluruhan strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. Global Aktual untuk menarik pemasang iklan cukup baik, namun ada beberapa saran penulis yang ingin sampaikan, agar PT. Global Aktual kedepannya mampu menjadi media online yang lebih baik lagi. Diantaranya:

1. Berkaitan dengan Globalonline.co.id yang menurut penulis seharusnya berita dapat diposting tepat waktu, namun selama penulis melakukan penelitian seringkali wartawan berita terlambat memposting berita yang akhirnya berimbas pada waktu berita yang harus menjadi tidak aktual. Penulis berharap agar karyawan maupun crew lainnya dapat disiplin untuk menjadi lebih profesional, agar berita menjadi lebih berkualitas.
2. Sumber daya manusia (SDM) yang kurang, sehingga perlu adanya perekrutan sumber daya manusia yang muda dan memiliki kompetensi yang cukup baik.
3. Dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan situs komersil lainnya yang memiliki bidang usaha yang sejenis, PT. Global Aktual harus melakukan terobosan-terobosan baru dalam upaya menginformasikan produk dan jasanya dalam melakukan pemasaran guna menarik minat pemasang iklan. Ada baiknya strategi komunikasi yang digunakan tidak hanya dengan melalui internet saja, tetapi setidaknya diadakan sebuah event tertentu selain seminar, sebagai contoh diadakannya acara Gathering atau perkumpulan antar perusahaan yang telah menjadi klien. Tujuan diadakannya event ini agar memberikan suatu hubungan yang terus berlanjut sehingga klien tersebut tetap ingin beriklan di PT. Global Aktual.
4. Meningkatkan alat komunikasi yang digunakan seperti dengan menggunakan brosur dalam mengiklankan produk dan jasa, tujuannya agar dapat memberikan ingatan kepada konsumen mengenai adpoint.