

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penulisan skripsi ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi ajang PWP yang digunakan harian umum pagaralam post dalam upaya peningkatan penjualan harian umum pagaralam post ialah sosialisasi dan promosi langsung kepada masyarakat selain itu pagaralam post juga memasang iklan, pengumuman di koran akan digelarnya ajang PWP, memasang baleho, pamflet serta jemput bola di sekolah yang ada di kota pagaralam dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi karena sasaran PWP lebih kepada lingkup pelajar.

2. Penjualan sebelum adanya ajang PWP harian umum pagaralam post hanya mencetak 1500 eksemplar setiap harinya dengan penjualan koran 1400 eksemplar perharinya namun setelah adanya ajang PWP mencetak 1700 eksemplar setiap harinya dengan penjualan koran 1660 eksemplar per harinya jadi dapat di lihat dengan adanya ajang PWP penjualan koran harian umum pagaralam post mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Diharapkan Harian Umum Pagaram Post terutama untuk General Manager dan staf Redaksi perlu melakukan sosialisasi secara terus menerus mengenai ajang PWP (Pemilihan Wajah Pagaram) kepada masyarakat pagaram agar masyarakat bisa ikut serta dalam ajang PWP ini.
2. Diharapkan Harian Umum Pagaram Post lebih meningkatkan dan memperbanyak event, perlombaan serta ajang guna meningkatkan penjualan koran harian Umum Pagaram Post.
3. Diharapkan Harian Umum Pagaram Post terutama untuk Kabag Pemasaran dan Pimpinan Redaksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi produk dan penjualan koran yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, *Pengantar Komunikasi Masa*, Bandung: Simbiosis, 2009
- Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008
- Bungin, Burhan, *Analisa Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 1998
- Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Freddy, R., *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Handari, N, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta : Gajamada University Press, 2005
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012
- Hidayat. *Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2009
- Lasswell, Harold, *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Gramedia, 2007

- Liliweri, Alo. *Memahami Peran Media Masa dalam Masyarakat*. Bandung: Citraditya Bakti, 1993
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010
- Moelong, J. Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya, 2004
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo Persada, 2014
- Pakpahan, Efendi, *Volume Penjualan*. Jakarta : PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009
- Pawito, Ph. D, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis, 2007
- Poerwodarminto, WJS, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : PN. Balai Pustaka, 1976
- Rahmad, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya, 1986
- Rewoldt H, Stewart, *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta, 1991
- River, William L, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana, 2003
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006
- Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Alfabeta, 2009
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007
- Soemegara, Rd, *Strategi Marketing Communication*. Jakarta: Alfabeta, 2006
- Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak*. Jakarta: Remadja Karya, 1986
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 2005
- Vivian, John, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana, 2008
- Winardi, J, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Bandung: Media Group, 2004

Sumber lain:

Kamaruddin. 2007. "*Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*

Gas Elpiji".*Jurnal Pemasaran*, Vol. 4 Nomor 1, Juni 2007.

Tyasmara, Irene Wulan. 2016. "*Strategi Promosi Surat Kabar Dalam Meningkatkan*

Penjualan".*Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 15 Nomor 02, November 2016.

Ulyah, Nadratul. 2016. "*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan*

Penjualan Pada PT. Bhirawa Steel".*Artikel Ilmiah*. Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Berbanas Surabaya.