

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dikemukakan pada bab 1 sampai bab IV, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, iklan di Harian Umum Palembang Pos meliputi : iklan baris, iklan display, Advertorial dan iklan kolektif.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, kekhawatiran media cetak Harian Umum Palembang Pos dalam bidang iklan itu ada, namanya bisnis pasti ada persaingan. Tetapi Harian Umum Palembang Pos memiliki keunggulan tersendiri karena tidak semua media online itu ada iklan nya, media cetak untuk saat ini masih bisa dipercaya, kalau media online sering dianggap sebagai berita hoax. Harain Umum Palembang Pos merasa masih unggul dibandingkan dengan media online.
3. Sebagai sebuah media massa khususnya media cetak dalam berkompetisi memperebutkan khalayak Harian Umum Palembang Pos menggunakan beberapa strategi, diantaranya strategi dalam menghadapi persaingan dengan media online yaitu : pelayanan mudah dan cepat, harga terjangkau, tampilan iklan yang menarik dan menciptakan iklan yang kreatif. Harian Umum Palembang Pos bukan hanya sekedar media cetak melainkan konsultan bagi para pengiklan. Bagian periklanan Harian Umum Palembang

Pos selalu memberikan perhatian yang serius terhadap pengiklan, dengan memberikan pelayanan lebih dengan memperkuat hubungan serta memberikan discount terhadap iklan yang akan diterbitkannya.

B. Saran

Ada beberapa hal yang dapat penulis sampaikan sebagai saran serta masukan kepada perusahaan media massa, penelitian kedepan, serta masyarakat pada umumnya, yakni:

1. Kepada Harian Umum Palembang Pos untuk dapat lebih selalu menginovasi strategi untuk menghadapi persaingan-persaingan dalam bidang iklan di media massa, agar Harian Umum Palembang Pos menjadi tetap eksis di tengah-tengah pesatnya persaingan industri media massa saat ini.
2. Untuk mahasiswa sebagai generasi penerus seharusnya lebih aktif dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah ke dalam kehidupan sehari-hari, agar pada saatnya terjun di masyarakat nanti tidak merasa kaku dan sulit mengikuti perkembangan zaman .
3. Sebagai pangsa pasar setiap media massa, masyarakat harus cermat memilah dan memilih mana informasi yang baik guna menambah pengetahuan yang baik, serta terciptalah kehidupan sosial yang baik pula.