

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, peneliti dapat menyimpulkannya sebagai berikut ini:

1. Majalah Salam Damai merupakan Majalah Lokal

Majalah Salam Damai masuk ke dalam kategori majalah lokal hal ini karena lingkungan edar majalah yang terbatas dan bertujuan sebagai media komunikasi internal gereja.

2. Manajemen Periklanan

a. Perencanaan

Majalah Salam Damai melakukan kegiatan perencanaan penawaran iklan dengan cara melakukan rapat, memanfaatkan pesan iklan di majalah Salam Damai, dan membuat surat penawaran iklan resmi kepada calon pemasang iklan.

b. Pelaksanaan

Majalah Salam Damai telah melakukan kegiatan pelaksanaan manajemen periklanan, terbukti dengan mengirimkan proposal penawaran iklan lalu mendatanginya secara langsung kepada instansi dan lembaga resmi, sedangkan untuk keluarga dan yang sudah dikenal mengirimkan surat penawaran tersebut melalui *email* atau *whatsapp*.

c. Evaluasi

Majalah Salam Damai telah melakukan kegiatan evaluasi jika tidak mencapai target dengan membandingkan jumlah pengiklan dengan majalah rohani lainnya seperti Majalah Inspirasi atau Majalah Utusan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, saran yang bisa peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Redaksi Salam Damai

- a. Redaksi Salam Damai perlu menambah jumlah pegawai khususnya dalam tim marketing dan iklan agar lebih mudah dalam proses menawarkan iklan kepada para pengiklan.
- b. Redaksi Salam Damai perlu memberikan proposal dan surat penawaran dengan waktu pengiriman yang tidak terlalu dekat dengan waktu/batas akhir pasang iklan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melanjutkan penelitian mengenai manajemen periklanan namun pada objek majalah rohani yang berbeda, misalnya pada Majalah Inspirasi, Majalah Utusan, atau Majalah Hidup.