BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Majalah Auleea adalah majalah yang menekankan komunikasi pemasaran pada *stakeholder* eksternal, komunikasi pemasaran untuk *stakeholder* internal tidak begitu ditekankan sehingga berimplikasi bahwa internal tidak merasa memiliki terhadap perusahaan selain komunikasi insentif yang diberikan oleh perusahaan.
2. *Content* (pesan) Majalah Auleea menunjukkan pesannya sudah konsisten dengan tujuan dibuatnya Majalah Auleea dan arahan dari pimpinan perusahaan, yakni tidak hanya menjadikan majalah ini sebagai sumber keuntungan, akan tetapi bisa dijadikan sebagai alat sosialisasi Islam yang *rahmatan lil alamin*. Selain itu dalam pembuatan pesan juga mempertimbangkan preferensi dari target pasar. Meskipun Auleea belum memiliki *database* yang mapan berkenaan dengan data-data dan karakteristik pelanggan
3. *Channel* (saluran) Majalah Auleea dalam mengkomunikasikan pesan tidak semua dipakai, hanya beberapa media saja yang digunakan, Majalah Auleea lebih banyak menekankan pada saluran komunikasi langsung yang berhubungan dengan pelanggan dengan menyasar komunitas-komunitas. Hal ini akan membuat keuntungan yang besar bagi Majalah Auleea untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menciptakan hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan perusahaan.

4. *Result* komunikasi pemasaran Majalah Auleea selama ini masih belum difokusi, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan SDM dan juga saat ini masih fokus pada *content* Majalah Auleea.

B. Saran-saran

1. Bagi perusahaan adalah dalam proses komunikasi pemasaran terpadu, agar lebih mengoptimalkan pesan yang disampaikan kepada pelanggan bisa dengan lebih mengoptimalkan media sosial yang sedang banyak diminati oleh masyarakat. Media *online* menjadi media yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan wanita terutama dalam memberikan referensi *fashion* serta informasi-informasi lain. Kecanggihan media massa diharapkan bisa mendorong Majalah Auleea untuk bisa meningkatkan komunikasi pemasaran secara intensif terhadap media sosial agar bisa lebih banyak dikenal oleh masyarakat.
2. Bagi Peneliti selanjutnya, harapannya bisa lebih detail dalam menyampaikan komunikasi pemasaran Majalah Auleea, hal ini dikarenakan masing-masing saluran komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini masih banyak yang belum dieksplorasi secara mendalam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id