

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dilapangan dan setelah dikonfirmasi dengan teori yang ada, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi bisnis *Free Magazine Surabaya City Guide* agar bisa bersaing dengan majalah lain, yaitu :

1. Orang-orang yang bekerja di majalah Surabaya City Guide yaitu pemimpin redaksi, fotografer, artistik sampai dengan marketing mereka semua berupaya keras untuk menjadi tim yang solid dan bisa membantu satu sama lain. Dalam arti majalah Surabaya City Guide berfokus pada satu tujuan yaitu ingin tetap bisa bertahan sampai sekarang maka sebagai pemimpin redaksi lebih memberikan edukasi kepada anggota antar tim di majalah SCG tentang arti pentingnya kerjasama dan memantau langsung kinerja antar tim di majalah Surabaya City Guide serta membangun semua komponen-komponen yang ada di majalah Surabaya City Guide untuk menjadikan suatu sistem yang utuh dan sama. Sistem tersebut bisa meliputi komponen atau karyawan yang melakukan tugasnya sesuai dengan kewajiban mereka apabila dia bertugas sebagai fotografer maka dia harus bisa melakukan tugasnya dengan baik. Itu

klien yang memasang iklan di majalah Surabaya City Guide, selain klien-klien pemasang iklan di majalah Surabaya City Guide juga membangun *relationship* melalui keikutsertaan M-COMM (*Mossaik Communication*) sebagai unit yang bergerak di bidang publish media produk cetak. Dimana M-COMM (*Mossaik Communication*) bisa mengerjakan majalah sesuai dengan keinginan perusahaan-perusahaan yang ingin membuat majalah di M-COMM (*Mossaik Communication*) mulai dari menulis berita, memotret, sampai dengan membantu penyebaran majalah tersebut melalui pick-up pick-up point majalah Surabaya City Guide yang sudah tersebar di wilayah Kota Surabaya dan sekitarnya. Mulai dari restoran, cafe, hotel, bandara sampai dengan spbu. Majalah Surabaya City Guide juga menjalin *relationship* yang baik dengan *customer delivery service* majalah Surabaya City Guide karena ini juga merupakan salah satu income majalah Surabaya City Guide untuk bisa dikenal luas oleh masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya dengan mengganti biaya ongkos kirim majalah Surabaya City Guide masyarakat bisa menikmati sajian informasi tentang Kota Surabaya dan sekitarnya. Semua Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide bertujuan untuk majalah Surabaya City Guide lebih baik kedepannya baik di lingkungan internal maupun eksternal untuk menjalin kerjasama yang solid antar anggota tim kerja dan *relationship* yang baik dengan perusahaan yang ingin mengadakan kerjasama dengan majalah Surabaya City Guide agar tetap bisa bertahan sampai sekarang dan tetap bisa dinikmati sekaligus bisa didapatkan secara

