

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan dari penelitian ini yaitu :

1. Strategi Media menggunakan beberapa tahap seperti, *Strategi Pemasaran, Tujuan Iklan, Anggaran Iklan, Strategi Pesan, Perencanaan Media dan Perencanaan Media* terdiri dari *Pemilihan Audiens Sasaran, Spesifikasi Tujuan, Pemilihan Media dan Sarana, Pembelian Media*. Pentingnya perencanaan media dalam meningkatkan *awareness* brand wardah yang lebih besar lagi. PT. Citra Surya Indonesia memberikan strategi media terbaik untuk meningkatkan *awareness* sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Wardah juga menggunakan *Brand Ambassador, Influencer*, artis, beauty vlogger untuk mempromosikan produk-produk wardah. Wardah juga mengadakan *event-event, Beauty Class dan Campaign* agar dapat berinteraksi langsung dengan konsumen serta dapat mengenalkan produk wardah hingga ke kota-kota agar bisa menjangkau target audiens yang lebih besar, PT. Citra Surya Indonesia juga bisa menggunakan media digital untuk menjangkau audiens dengan jumlah yang besar karena di era sekarang ini media digital salah satu strategi yang efektif untuk menjangkau audiens.
2. Hambatan yang dihadapi dalam Strategi Media PT. CSI
Hambatan yang dihadapi dalam Strategi media di agency PT. Citra Surya Indonesia pada brand wardah yang pertama pada saat launching produk baru untuk budget yang disediakan harus besar, dikarenakan produk baru dan harus menggunakan media 360 agar dengan mudah dapat menjangkau ke kalangan masyarakat, seperti televisi, radio dan ooh untuk memberitahukan produk baru dan kegunaan produk tersebut. Hambatan

yang kedua bagaimana cara mengelola budget yang minimalis tapi bisa efektif untuk promosi di berbagai media sehingga dapat. Hambatan yang ketiga pentingnya komunikasi antar media planner dengan klien. Dengan melibatkan tim media planner saat melakukan brief agar tidak terjadinya *miss communication*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan secara terperinci diatas, maka penelitian memberikan beberapa saran yang mungkin bisa berguna dan bermanfaat dan juga bagi PT. Citra Surya Indonesia itu sendiri, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

PT. Citra Surya Indonesia sebaiknya menggunakan media digital juga untuk meningkatkan *awareness* yang lebih besar lagi untuk brand wardah, karena di era sekarang ini peningkatan media digital sangat *signifikan* meningkat di kalangan remaja maupun dewasa sehingga cocok untuk brand wardah yang target segmentasi nya di usia 15-45 tahun, untuk harga sendiri, wardah sangat terjangkau cocok untuk para pelajar karena brand wardah segmentasi pasarnya bisa di beli oleh kalangan menengah ke bawah. Dengan menggunakan media-media agar dapat menjangkau ke seluruh masyarakat Indonesia maupun luar negeri. Dengan menggunakan media digital kita dapat melakukan promosi melalui brand ambassador, influencer untuk melakukan review produk agar konsumen dapat memilih produk yang sesuai kebutuhan mereka dan dapat menjadi referensi juga bagi konsumen sebelum membeli produk. PT. Citra Surya Indonesia selaku *Media Planner* produk Wardah dalam mencapai tujuannya sebaiknya produk wardah dapat membuat strategi baru yang lebih agresif dan kreatif lagi dalam memilih media beriklannya agar dapat bersaing dengan kompetitor, seperti melebarkan media beriklannya ke media sosial lainnya yang kini sedang berkembang pesat di kalangan anak-anak maupun dewasa agar tetap menjadi *top of brand* lokal dan dapat menjadi referensi peneliti selanjutnya dijadikan sebagai sumber informasi.