

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian Implementasi Komunikasi Pemasaran Buku Tahunan Sekolah di Agensi 8 *Creative* Yogyakarta maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Implementasi Komunikasi Pemasaran melalui media cetak berupa selebaran ( *leaflet*), dalam pendistribusiannya ke target konsumen diintegrasikan dengan komunikasi pemasaran melalui *personal selling*. Selebaran yang bersifat monolog akan menjadi efektif bila dipadukan dengan *personal selling* untuk mendekatkan produk buku tahunan 8 *Creative* dengan konsumen.
2. Implementasi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram yang merupakan aplikasi berbagi foto, video dan informasi yaitu bahwa dengan mengunggah foto-foto konsep 8 *Creative* berfungsi juga sebagai katalog produk yang akan mendatangkan respon dari pengguna Instagram lain.

Komunikasi antar konsumen dengan konsumen lain dalam Instagram 8 Creative sebagai bentuk komunikasi pemasaran *Word of Mouth* yang disebut pemasaran Viral yaitu konsumen menceritakan produk buku tahunan 8 Creative kepada konsumen lain secara *online*.

3. Komunikasi pemasaran yang utama digunakan 8 Creative adalah periklanan, *personal selling* dan *Word of Mouth*.

Dalam implementasi komunikasi pemasaran buku tahunan sekolah di 8 Creative, bahwa ke tiga komunikasi pemasaran tersebut terintegrasi dengan alat komunikasi pemasaran lainnya yaitu promosi penjualan ( *sales promotion* ) dan hubungan masyarakat ( *public relation* ).

## B. SARAN

1. Dengan dibukanya cabang baru Agensi 8 Creative di Yogyakarta, diharapkan implementasi komunikasinya lebih beragam lagi untuk bisa menghadapi lingkungan persaingan agensi buku tahunan di Yogyakarta yang lebih ketat.
2. Meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam komunikasinya agar mempunyai daya saing dalam jangka waktu panjang.