BABV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui proses analisis, observasi dan berbagai pembahasan, maka kesimpulan penelitian terhadap "Strategi *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung" adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan permasalahan di SUAVE *Magazine* yaitu melihat apa yang mejadi alasan di buatnya program "*SUAVE The Catalogue*" karena pada saat *Clothing-Clothing* bermunculan dan dibutuhkannya media promosi untuk mempromosikan produk mereka, pemilik SUAVE *Magazine* mencetuskan ide untuk tidak mengikuti membuat *Clothing*, tetapi membuat sebuah media promosi dalam bentuk majalah untuk mendukung perkembangan dari *Clothing-Clothing* tersebut. Bentuk kerja sama yang terjalin yaitu saling menguntungkan, dimana SUAVE *Magazine* mempromosikan produk *Clothing* kepada konsumen dan pihak *Clothing* mendapatkan keuntungan tidak langsung dari pihak SUAVE *Magazine*, melainkan dari konsumen yang membaca SUAVE *Magazine* dan melihat katalognya, sehingga adanya respon untuk membeli produk *Clothing*, dan SUAVE *Magazine* di kenal oleh konsumen sebagai panduan untuk mereka berbelanja di *Clothing*. Kemudian mengenai proyeksi. Proyeksi kedepan yang dilakukan oleh SUAVE *Magazine* adalah menjadikan SUAVE *Magazine* menjadi

majalah Nasional yang bisa di kenal tidak hanya dari *Clothing* ke *Clothing* tetapi di seluruh Indonesia. Selain itu, SUAVE *Magazine* akan membawa *Clothing-Clothing* tersebut untuk di promosikan juga.

2. *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung mempunyai perencanaan dan program, baik perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang, dimana perencanaan tersebut menentukan tujuan dari segala sesuatu kegiatan yang dilakukan. Yakni SUAVE *Magazine* ingin mensosialisasikan majalahnya ke tingkat nasional, untuk lebih dikenal oleh khalayak banyak. Selain itu, untuk meningkatkan kerja sama yang terjalin antara pihak SUAVE *Magazine* dengan pihak *Clothing*. Setelah perencanaan tersebut dibuat, maka diaplikasikan kedalam sebuah program, yaitu program *"SUAVE The Catalogue"*. Dari program tersebut dapat terlihat tujuan dan prosedur, cara serta ketentuan nya. Dimana tujuan dibuatnya *"SUAVE The Catalogue"* adalah untuk memajukan Industri *Clothing* yang berada di Bandung khususnya dan Indonesia pada umumnya. Adapun prosedur, cara dan ketentuan dibuat untuk sebuah idealis dari SUAVE *Magazine* itu sendiri, agar dapat diterima dikalangan anak muda yang masih memiliki idealis.
3. Dengan adanya kerja sama antara Public Relations SUAVE *Magazine* dengan *Clothing*, maka program *"SUAVE The Catalogue"* memiliki Aksi dan Komunikasi didalamnya. Aksi dan Komunikasinya yaitu menjelaskan bentuk komunikasi antara kedua belah pihak, yaitu dengan bentuk komunikasi antarpersonal, dimana pihak *Clothing* dan pihak SUAVE *Magazine* akan membicarakan terlebih dahulu mengenai kerja

sama yang akan kedua belah pihak jalin, sebelum masuk kepada persetujuan untuk membuat kontrak kerja sama. Kemudian dibahas mengenai tahapan-tahapan komunikasi yang dilakukan oleh pihak SUAVE *Magazine* kepada Klien. Selanjutnya dibahas mengenai hambatan yang terjadi pada saat pelaksanaan program *"SUAVE The Catalogue"* yaitu hambatan teknis dari majalah itu sendiri dan hambatan waktu.

4. Setelah perencanaan, program, dan kegiatan berlangsung, *Public Relations* SUAVE *Magazine* akan mengadakan sebuah evaluasi di setiap bulannya, dengan membahas apa yang menjadi kekurangan di edisi sebelumnya untuk diperbaiki di edisi yang akan terbit.
5. *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melaksanakan strategi guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu untuk meningkatkan kerja sama antara pihak SUAVE *Magazine* dengan pihak *Clothing*.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Alasan di buatnya program "*SUAVE The catalogue*" adalah untuk merekam perkembangan *Clothing*, maka sebaiknya program tersebut dipertahankan dari tahun ke tahun, karena peneliti melihat program tersebut yang membedakan majalah SUAVE *Magazine* dengan majalah lainnya.

2. Perencanaan dan program yang dilakukan SUAVE *Magazine* sebaiknya di pertahankan, karena program *"SUAVE The Catalogue"*, Karena program tersebut yang menjadi andalan dari SUAVE *Magazine* dan itu pula yang membedakan SUAVE Magazine dengan majalah-majalah lainnya.
3. *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung senantiasa membina hubungan baik dengan klien-kliennya, untuk lebih meningkatkan kerja sama di kedua belah pihak seperti adanya acara yang di khususkan antara pihak SUAVE *Magazine* dengan pihak Klien disetiap bulannya agar kerja sama terus terjalin. Sebaiknya adanya divisi khusus untuk *Public Relations* untuk menangani kerja sama antara SUAVE *Magazine* dengan klien, sehingga tidak adanya satu divisi yang mengerjakan dua pekerjaan sekaligus, dan cara kerjanya pun lebih optimal karena masing-masing divisi akan lebih konsetrasi terhadap pekerjaannnya masing-masing.
4. Sebaiknya evaluasi dilakukan tidak hanya oleh divisi-divisi yang berada di SUAVE *Magazine* saja, bisa saja evaluasi diambil dari konsumen dan pembaca SUAVE *Magazine*, agar disetiap bulannya SUAVE *Magazine* menampilkan *content-content* yang baru lagi yang belum ada di majalah-majalah lainnya.
5. Strategi yang dilakukan SUAVE *Magazine* sebaiknya dikembangkan di setiap bulannya, karena pesaing nya semakin banyak bermunculan tidak hanya dari majalah lainnya, tetapi juga dari media *online* nya juga agar tidak tersaingi begitu saja.