

BAB IV

PENUTUP

Bagian ini berisi tentang penutup dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti berupa kesimpulan dan saran ‘‘Strategi Komunikasi Pemasaran Biro Iklan Flock Company Jakarta dalam Mendapatkan Klien Nasional Tahun 2017’’ dengan fokus penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Flock Company dalam mendapatkan klien nasional dalam usia awal beridiri. Berdasarkan hasil pemaparan dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut :

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian baik observasi secara langsung, wawancara, juga data pendukung yang didapatkan terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh biro iklan Flock Company dalam mendapatkan klien nasional, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa biro iklan tersebut melakukan beberapa trobosan strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya, antara lain dengan :

1. Flock Company telah berani dan berhasil menjadi biro iklan dengan sistem birokrasi yang berbeda, dengan menggandeng East Venturas sebagai donator juga berani membuka beberapa unit usaha baru untuk mencapai tujuan dari Flock Company itu sendiri.

2. Flock Company menggunakan strategi awal dengan membentuk tim internal yang kuat dengan ekspansi beberapa talent senior dari beberapa biro iklan ternama yang visi misinya sejalan dengan apa yang Flock Company jalankan.
3. Ada banyak taktik strategi pemasaran yang dilakukan oleh Flock Company sendiri selain dengan menguatkan tim internal juga membangun beberapa unit usaha lain, pihak yang bersangkutan dalam pemasaran selalu mengikuti segala kegiatan yang diadakan oleh pihak klien.
4. Untuk menjalin hubungan dengan klien lebih baik, Flock Company juga bergabung dengan beberapa kegiatan juga menaruh saham pada beberapa projek tertentu yang masih dalam lingkup klien tersebut.
5. Company juga menjadi media partner dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh klien Flock sendiri. Dengan kegiatan yang dilakukan oleh Flock Company tersebut membuat loyalitas dari klien bertahan hingga akhirnya dapat mendapatkan banyak klien nasional tahun 2017, karena berbeda dengan yang lain.

B. Saran

1. Sebagai mahasiswa juga masyarakat yang peduli akan dunia kreatif, strategi dari Flock ini dapat di adaptasi menjadi lebih baik di berbagai bidang usaha lainnya. Terlebih saat ini banyak anak muda yang semangat untuk mendirikan bisnis start up kreatif.
2. Bagi mahasiswa komunikasi khususnya bidang iklan, perlu sekali untuk memahami perubahan yang terjadi dalam dunia agensi iklan yang ada saat ini, Banyak sekali jenis lapangan pekerjaan baru saat ini yang masih belum familiar dan itu sebenarnya adalah peluang dari para mahasiswa untuk memperdalam skill yang dipunya agar siap menjadi bibit unggul.
3. Adaptasi dari berbagai perkembangan strategi pemasaran dalam bisnis lain baik di dalam maupun luar negeri sangat membantu untuk membangun suatu bisnis usaha baru di era yang selalu berubah ini.
4. Untuk mahasiswa yang ingin meneliti lebih dalam, sebaiknya mencoba membandingkan penelitian dari kubu klien juga biro iklan agar terlihat perbedaan strateginya dalam bertahan padai persaingan mendapatkan hati konsumen ini.