

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana yang telah peneliti lakukan di PT Paragon *Technology and Innovation* dengan judul “Strategi Perencanaan Media Produk Kosmetik Wardah Sebagai Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Kosmetik Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* Versi Dewi Sandra)”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Wardah Kosmetik salah satu produk kosmetik yang memakai strategi perencanaan media. Pentingnya strategi perencanaan media bagi Wardah Kosmetik karena dari strategi perencanaan media ini Wardah Kosmetik mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan, media apa yang tepat untuk digunakan sebagai media beriklan, mengetahui seberapa jauh jangkauan dan frekuensinya.

Adapun strategi yang dipakai oleh Wardah Kosmetik adalah strategi 360 *campaign* secara menyeluruh mulai dari *Above The Line*, *Below The Line*, *Digital*, dan Media Cetak. Dimana kampanye 360 adalah tanda zaman. Saat ini Wardah menjalankan kampanye 360 termasuk digital, televisi dan sosial. Saat teknologi baru tiba, Wardah perlu menambahkannya ke kampanye terpadu mereka. Selain itu, karena Wardah mendapatkan lebih banyak data, mereka harus pintar menganalisisnya untuk memastikan Wardah mengirim pesan yang tepat kepada orang yang tepat di perangkat yang tepat dan pada waktu yang tepat.

V.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan tentang penelitian berjudul “Strategi Perencanaan Media Produk Kosmetik Wardah Sebagai Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* Versi Dewi Sandra)” ini maka dapat diambil beberapa saran bagi PT Paragon *Technology and Innovation* terlebih pada Wardah Kosmetik yaitu, Perlunya meningkatkan strategi perencanaan media karena seperti yang kita ketahui, bahwa media periklanan yang dipakai saat ini oleh Wardah Kosmetik hanya dua media yaitu media televisi dan media sosial, dua media yang paling efektif untuk mengiklankan produk kosmetik Wardah.

Namun perlu adanya tambahan media agar lebih luas jangkauannya, seperti media cetak yang saat ini sudah jarang digunakan oleh Wardah Kosmetik agar untuk digunakan lagi karena sangat berperan penting bagi masyarakat. Dengan adanya media cetak masyarakat bisa lebih mengetahui secara detail dan terperinci informasi-informasi dari Wardah Kosmetik.

