

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini dengan mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Magna Channel Sebagai Televisi Digital Terrestrial Pertama Di Indonesia. Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Magna Channel adalah *positioning* yang tersegmentasi dengan mengimplementasikan variasi produk serta harga berdasarkan nilai (*value based pricing*).
2. Dengan mengacu pada teori bauran pemasaran, Magna Channel menggunakan strategi produk bervariasi yang tersegmentasi. Strategi variasi berarti membuat banyak produk guna mencukupi segala kebutuhan konsumen.
3. Strategi harga yang dilakukan oleh Magna Channel adalah *Value Based Pricing*. Strategi *Value Based Pricing* merupakan strategi penentuan harga yang didasarkan pada apa yang bersedia dibayar oleh pelanggan. Dalam hal ini, Magna Channel membuat paket *bundling* iklan berdasarkan jumlah *budget* yang dimiliki *client* serta memberikan perencanaan iklannya.
4. Strategi promosi yang dilakukan Magna Channel adalah menggunakan seluruh platform Media Group yang telah memiliki *coverage* yang luas dan menggunakan media sosial milik Magna Channel.
5. Strategi segmentasi yang digunakan Magna Channel adalah segmentasi demografi dan segmentasi gender. Magna Channel menysasar *audience* anak muda dengan usia 15-24 tahun, anak-anak dengan usia 5-15 tahun dan perempuan usia 25-49 tahun.
6. Kendala yang dialami Magna Channel sebagai televisi terrestrial digital pertama di Indonesia adalah infrastruktur yang belum

memadai, baik itu dari sisi penyiar, maupun pemirsa. Selain infrastruktur, SDM juga menjadi kendala bagi Magna Channel untuk lebih memaksimalkan operasional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran Strategi Komunikasi Pemasaran Magna Channel Sebagai Televisi Digital Terrestrial Pertama Di Indonesia. Saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk memaksimalkan segala proses operasional, diperlukan penambahan SDM sesegera mungkin, mengingat proses *Analog Switch Off* tengah berlangsung. Hal ini merupakan momentum bagi televisi digital untuk berkembang.
2. Menerapkan strategi harga kompetitif. Strategi harga yang digunakan oleh Magna Channel adalah *Value Based Pricing*. Hal ini akan lebih maksimal apabila setiap harga telah terlebih dahulu dibandingkan dengan harga kompetitor, mengingat televisi digital sedang bermekaran.