

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Strategi Marketing Public Relations Gama Konsultan Dalam Pemasaran Produk Layanan Jasa Pelatihan, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat adanya tahapan yang dilakukan untuk penyusunan strategi *Marketing PR* , yang secara umum dilakukan oleh internal Gama Konsultan dalam kegiatan rapat kerja bulanan . Tahapan yang dilakukan diawali dengan memilih materi atau program pelatihan, kemudian menentukan sasaran dan media yang digunakan, serta memilih waktu pelaksanaan strateginya. Pihak yang berperan penting dalam proses penyusunan strategi ini adalah manager, kandidat pelatihan, dan supervisor.
2. Strategi yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan penggunaan media digital, komunikasi antarpersona, dan surat resmi dengan menyesuaikan fungsi dari masing-masing medianya. Berdasarkan efektifitas penggunaannya, media komunikasi antarpersona adalah media yang paling efektif dan menjadi andalan. Kemudian media digital ditujukan untuk instansi sasaran yang aktif menggunakan internet. Untuk media surat resmi, digunakan sebagai tambahan atau alternatif untuk menjangkau konsumen baru secara lebih formal dari media digital.
3. Media yang digunakan untuk pelaksanaan terdiri dari 3 jenis, yaitu media digital, komunikasi antarpersona, dan konvensional. Untuk media digital yaitu dengan menggunakan media sosial instagram dan facebook, website, serta email. Kemudian media antarpersona menggunakan relasi dengan alumni UGM yang bekerja di instansi sasaran dan tenaga ahli dari Gama Konsultan. Media

konvensional yang digunakan adalah surat resmi. Media yang paling dominan dan efektif adalah media antarpersona, hal tersebut karena lebih intens dalam menyampaikan informasi produk dan menjaga hubungan dengan instansi sasaran, sehingga berdampak terhadap citra produk dan perusahaan. Media digital digunakan untuk keperluan menambah *branding* produk dan perusahaan, yang mana dilakukan oleh akun milik Gama Konsultan dan *holding*. Kemudian surat sebagai media konvensional digunakan khususnya untuk menjangkau instansi sasaran yang belum terdapat relasi dengan alumni UGM.

4. Pelaksanaan atau implementasi dilakukan menyesuaikan media yang digunakan dan momentum waktu, karena terdapat bulan-bulan tertentu yang instansi membutuhkan pelatihan. kemudian eksekutor pelaksanaannya juga terdapat perbedaan, untuk media digital eksekutornya yaitu Tim PR perusahaan *holding* dan supervisor Gama Konsultan. Media antarpersona eksekutornya yaitu alumni UGM dan tenaga ahli. Kemudian untuk media surat yang bertanggungjawab adalah Kabid Pelatihan.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat keunikan atau kebaruan strategi *Marketing PR* yang membedakan dari penelitian terdahulu. Keunikannya terdapat dalam penggunaan media antarpersona, yang mana memanfaatkan relasi dengan alumni UGM sebagai penghubung Gama Konsultan kepada instansi sasaran.
6. Hambatan yang dialami oleh Gama Konsultan dalam strategi *Marketing PR* terletak dalam hal teknis, karena belum terdapat SDM atau divisi yang mengelola, khususnya media sosial. Selain itu, pelaksanaan media antarpersonanya belum dibuat secara struktur mengenai siapa alumni khusus yang bekerja , sehingga masih bersifat *random*.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian strategi *marketing PR* produk jasa pelatihan Gama Konsultan, peneliti akan menyampaikan saran sebagai berikut:

- Dilihat dari hasil penelitian, dalam perihal pelaksanaan strategi *Marketing PR*, untuk eksekutornya masih kurang terstruktur dengan baik. Eksekutor untuk media digital Gama Konsultan belum optimal dan untuk media antarpersona meskipun cukup efektif namun detail pelaksanaan dan eksekutornya juga kurang terstruktur dengan baik. Berdasarkan hal tersebut diperlukan adanya SDM yang khusus mengelola media digital dan membuat struktur secara remis untuk pelaksanaan media antarpersona.
- Jika ingin memperluas sasaran konsumen, perlu mencoba lebih terbuka dengan mengikuti kegiatan *tender* dan tidak hanya mengandalkan relasi dengan alumni UGM sebagai media utama untuk mendapatkan konsumen.
- Akun media sosial yang sudah dimiliki Gama Konsultan perlu ditindaklanjuti untuk konsistensi pengunggahan konten, termasuk *branding* produk jasa pelatihan. Hal tersebut bertujuan agar produk jasa pelatihan ini juga dapat dikenal melalui media sosial oleh instansi sasaran, selain itu anggaran yang dikeluarkan juga tidak besar