

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada uraian yang telah dibahas diatas pada bab-bab sebelumnya mengenai komunikasi pemasaran digital lembaga bahasa Jerman melalui akun instagram @deutschiaindonesia dalam mempromosikan program Ausbildung Germany maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Peran dari Instagram Deutschia Indonesia dalam penyediaan Informasi program Ausbildung menjadikan masyarakat dapat teredukasi mengenai program bekerja ke luar negeri.
2. Penyediaan informasi ini diperkuat dengan adanya Instagram sebagai salah satu media sosial penyedia informs terbesar di Indonesia.
3. Deutschia Indonesia memiliki Instagram yang berfokus dalam penyebaran informasi mengenai kursus bahasa Jerman yang bisa dijadikan rujukan untuk bisa mengambil program Ausbildung di Jerman.
4. Penyediaan informasi ini tidak selalu berkuat mengenai program Ausbildung tetapi juga dengan kursus bahasa Jerman yang dimana program Ausbildung ini juga mencakup dengan kursus bahasa Jerman dan pengurusan Agency.
5. Informasi mengenai pembukaan batch baru program Ausbildung ini juga selalu disampaikan di Instagram agar masyarakat dapat bergegas untuk mendaftarkan diri untuk mengikuti program Ausbildung.
6. Hubungan antara Deutschia Indonesia dengan masyarakat juga sangatlah baik karena Deutschia Indonesia berusaha untuk dekat dengan pasar mereka agar dapat membangun kepercayaan diantara mereka.
7. Tantangan yang dihadapi paling utama adalah penyediaan informasi dan juga meyakinkan masyarakat bahwasannya ada celah untuk dapat bekerja di luar negeri dengan baik
8. Penerapan teori yang diangkat oleh peneliti dengan apa yang dijalankan oleh Deutschia Indonesia sejalan karena perubahan zaman yang menuntut penyediaan informasi dapat diakses dan dinikmati seluruh kalangan dengan lebih baik.

9. Dengan adanya informasi yang terstruktur mengenai program Ausbildung ini diharapkan semua masyarakat dapat tersampaikan dengan baik, dan juga dipahami oleh masyarakat.

Dengan demikian dapat ditemukannya kesimpulan atas penelitian ini yaitu, komunikasi pemasaran digital program Ausbildung ini dilakukan agar dapat menarik pangsa pasar yang lebih banyak dan juga dapat juga mencakup banyak sektor masyarakat mengingat penggunaan sosial Instagram adalah yang paling banyak dibandingkan dengan sosial media lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan Kesimpulan maka peneliti dapat memberikan saran :

- Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kepada komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Deutschia Indonesia dalam mempromosikan program Ausbildung dengan menggunakan teori new media yang berkaitan dengan penggunaan sosial media, dan peneliti menyarankan kepada peneliti lain dapat mendalami teori yang berkaitan dengan proses komunikasi sebuah informasi kepada masyarakat.
- Dalam penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti lain untuk selanjutnya dapat lebih memfokuskan kepada aspek pandangan masyarakat dalam penerimaan informasi bagi masyarakat.

Pandangan baru juga harus dibuka jika peneliti lain ingin meneliti mengenai program Ausbildung, agar bisa membuat perbandingan dengan program kerja ke luar negeri lainnya.