

## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada pemaparan hasil penelitian yang sudah dijelaskan di pembahasan, dapat ditarik kesimpulan penelitian, yakni strategi *marketing public relations* Tip Top Bogor telah berhasil menjalankan tujuh kegiatan pemasaran *public relations* dengan publikasi (penerbitan), identitas media, acara, berita, pidato, aktiitas sosial, dan yang terakhir sponsor. Media sebagai sarana publikasi yang dilakukan oleh Tip Top Bogor yaitu media digital seperti website, instagram, twitter, dan facebook yang terus aktif membagikan brosur, pamflet atau flyer terkait promo produk, tips dan trik mengenai kesehatan, dan konten ringan yang sifatnya menghibur khalayak. Identitas media yang dibangun dan melekat pada Tip Top Bogor dan Tip Top lainnya adalah warna. Tip Top sangat identik dengan warna hijau dan kuning, mulai dari seragam karyawan, warna bangunan dalam maupun luar, dan juga tas belanja yang mencirikan identitas media Tip Top. *Event* yang bertujuan untuk mengenalkan nama perusahaan dan menciptakan citra positif Tip Top Bogor dengan mengadakan perlombaan untuk dapat menarik atensi khalayak agar mau berpartisipasi dan lebih mengenal produk yang ditawarkan pada swalayan Tip Top Bogor. Berita kegiatan acara selalu dimuat oleh marketing komunikasi Tip Top pada kanal website resmi Tip Top. Adapun kegiatan selanjutnya yakni dengan memberikan segala bentuk informasi kepada konsumen (*customer*) apabila diajukan sebuah pertanyaan secara cepat dan tanggap. Aktivitas sosial yang dilakukan yakni dengan mengadakan perlombaan sebagai bentuk perhatian Tip Top

Bogor kepada khalayak, dan juga melakukan donasi untuk nantinya disumbangkan atau didedikasikan kepada Yayasan Jantung Indonesia. Tip Top Bogor tidak menjalankan sponsor sebagai tujuh alat dari strategi pemasaran.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan pada pemaparan diatas, terdapat saran yang ingin disampaikan oleh peneliti, yaitu agar strategi *marketing public relations* dapat berjalan dengan lebih efektif maka ada baiknya dari setiap Tip Top yang ada dimasing – masing daerah memiliki seseorang yang bergerak dibidang *marketing komunikasi* yang bertujuan lebih mengoptimalkan setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan menggunakan tujuh kegiatan pemasaran *public relations*. Semoga kedepannya Tip Top Bogor dapat menjalankan seluruh ketujuh kegiatan marketing *public relations* agar hasil yang didapatkan lebih memuaskan.

