

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kegiatan komunikasi pemasaran *advertising* cukup menimbulkan minat masyarakat yaitu dengan adanya *followers* baru, *likes*, dan *comment* pada Instagram @hracademy.id serta para pendaftar.

Direct marketing yang dilakukan, dimana juga menimbulkan minat masyarakat berupa adanya interaksi melalui DM dan *feedback* di kolom komentar terhadap konten-konten yang dibagikan oleh @hracademy.id.

Sales promotion yang dilakukan HR Academy menimbulkan minat yaitu dengan adanya peserta yang mendaftar secara individu ataupun grup.

Kegiatan *public relation* yang dilakukan juga cukup menimbulkan minat yaitu dengan bertambahnya jumlah *followers* dari adanya kerjasama yang dilakukan dengan partner serta adanya antusias yang tinggi dari *followers* untuk mengikuti *giveaway*.

Pada komunikasi pemasaran *personal selling* ini juga menimbulkan minat pada masyarakat yaitu dengan adanya umpan balik yang didapatkan melalui DM hingga beralih ke Whatsapp.

Dari kelima aktivitas komunikasi pemasaran yang paling menimbulkan minat yaitu Advertising. Dan aktivitas komunikasi pemasaran yang paling banyak dilakukan yaitu *Direct Marketing*, serta aktivitas komunikasi pemasaran yang sedikit dilakukan melalui media sosial Instagram yaitu *Personal Selling* hal ini karena HR Academy lebih sering melakukan *personal selling* melalui email

maupun tatap muka secara langsung.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk bisa diterapkan dan berguna bagi komunikasi pemasaran HR Academy:

1. *Advertising*, iklan yang dilakukan oleh HR Academy mungkin dapat lebih sering dilakukan karena untuk mendapatkan *reach/engage* yang lebih banyak.
2. *Direct marketing*, pemasaran langsung yang dilakukan oleh HR Academy sudah cukup menarik minat masyarakat, namun peneliti menyarankan untuk bisa konsisten dalam membuat konten agar branding yang dibuat semakin kuat.
3. *Sales promotion*, promosi melalui penawaran harga juga sudah cukup menimbulkan minat pada masyarakat. Namun peneliti menyarankan dalam membuat konten promosi atau diskon & giveaway ini lebih dibuat beda dengan desain yang lainnya dan dimasukkan ke dalam fitur highlight Instagram.
4. *Public relation* yang dibuat oleh Academy sudah cukup baik dalam menjalin hubungan baik dengan *followers*, namun peneliti menyarankan agar setiap kerjasama atau mengadakan *giveaway* dibuat fitur highlight di Instagramnya, agar meningkatkan *brandawareness* masyarakat.
5. Saran peneliti dengan kegiatan *Personal selling* yang dilakukan oleh HR Academy mungkin lebih bisa dimaksimalkan dengan mengirimimkan lebih banyak DM kepada setiap *followers* atau membuat *broadcast* sehingga dapat menimbulkan antusias sendiri kepada *followers*.