

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Digital SMK Prestasi Prima Jakarta Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru melalui teknik observasi, wawancara mandala dan studi dokumentasi, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

Strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan SMK Prestasi Prima Jakarta berdampak pada pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu media pemasaran untuk membangun brand yang ikonik dan terkemuka bagi institusi dengan menggunakan metode yang menyediakan akses informasi yang memuat konten berbagai media digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Website. Strategi ini dilaksanakan untuk menunjukkan bahwa penggunaan media digital dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwa keberadaan SMK Prestasi Prima Jakarta telah berkembang dan meningkat dari waktu ke waktu. Dari segi informasi yang diberikan, media digital SMK Prestasi Prima Jakarta menggunakan visualisasi hingga literasi yang mudah diterima oleh khalayak dan tidak sulit untuk diakses, sehingga hanya sedikit orang yang mendapatkan informasi melalui mulut ke mulut (word of mouth). SMK Prestasi Prima Jakarta meminimalisir hambatan dengan terus mengembangkan keterampilan sumber daya manusia dalam menangani dan mengelola teknologi digital sebagai media pemasaran. Meningkatkan dan mengembangkan media digital selama 6 tahun terakhir SMK Prestasi Prima Jakarta telah berhasil meningkatkan jumlah pengikut media digital maupun penerimaan peserta didik baru setiap tahunnya secara signifikan. Dapat dilihat dari Kalkulator Keterlibatan Media Digital SMK Prestasi Prima Jakarta. Misalnya, Instagram memiliki tingkat keterlibatan 3,65%, YouTube memiliki tingkat keterlibatan 2,06%, dan TikTok memiliki tingkat

keterlibatan 31,68%. Maka yang harus diperhatikan SMK Prestasi Prima Jakarta adalah memaksimalkan kekuatan digital marketing untuk secara konsisten mendistribusikan informasi di media sosial demi menjaga eksistensi SMK Prestasi Prima Jakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, peneliti memberikan saran tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan SMK Prestasi Prima Jakarta dalam penerimaan peserta didik baru. Saran tersebut antara lain sebagai berikut :

5.2.1 Saran Teoritis

Diharapkan penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran digital akan lebih spesifik dan mendalam mengenai konsep dan teori yang digunakan. Agar praktik ilmu komunikasi pemasaran yang diterapkan pada pemasaran dapat terus berjalan dengan baik di masa yang akan datang, maka perlu mempelajari dan memahami pemasaran secara menyeluruh.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam pemasaran digital SMK Prestasi Prima Jakarta, peneliti memberi saran pada SMK Prestasi Prima Jakarta untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran menggunakan media sosial dengan menerapkan teori AISAS (*attention, interest, searching, action, share*) secara lebih maksimal. Hal ini dilakukan agar dapat menjangkau peserta didik baru lebih banyak lagi.