

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Komunitas Sekolah Marjinal menggunakan strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning*, dan menggunakan strategi bauran komunikasi pemasaran 6 (enam) jenis bauran dari 8 (delapan) bauran komunikasi pemasaran yakni *sales promotion*, *event and experience*, *public relation and publicity*, *online and social media marketing*, *mobile marketing*, dan *personal selling* dan tidak menerapkan 2 strategi bauran komunikasi pemasaran *advertising* dan *direct database marketing*. Segmentasi yang diterapkan oleh Komunitas Sekolah Marjinal yaitu dengan membuat strategi program Sahabat Relawan ini segmen utamanya adalah pekerja dan mahasiswa. *Targeting* yang ditetapkan oleh Komunitas Sekolah Marjinal yakni mahasiswa yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan harga lebih terjangkau. *Positioning* diterapkan untuk merepresentasikan bahwa Sahabat Relawan merupakan program yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor dengan memasang harga yang lebih murah tetapi dengan fasilitas dan tema kegiatan yang sama. Strategi bauran komunikasi pemasaran *sales promotion* diterapkan oleh Komunitas Sekolah Marjinal sebanyak 1 (satu) kali dan bersifat situasional. Program Sahabat Relawan juga menerapkan strategi *event and experience* dengan mengadakan program *workshop* dan berkolaborasi dengan Nola Project pada saat program Sahabat Relawan #4 dan terdapat *feedback* antar kedua belah pihak dan saling menguntungkan satu sama lain. Strategi *public relation and publicity*. Komunitas Sekolah Marjinal menerapkan strategi ini dengan bekerjasama dengan komunitas-komunitas eksternal dan bekerjasama dengan platform Instagram *idnvolunteer*, *info.eventyogya*, dan lain sebagainya untuk membantu mempublikasikan program Sahabat Relawan ini dan setelah diterapkan berdasarkan hasil wawancara hasil dari segi *public relation* masih kurang optimal karena menurut narasumber peserta Sahabat Relawan promosinya masih kurang meluas sehingga perlu dilakukan evaluasi kembali. Strategi *online and social media marketing*. Strategi ini sangat diterapkan oleh Komunitas Sekolah Marjinal sejak

awal dalam mempromosikan program Sahabat Relawan. Promosi program Sahabat Relawan ini dilakukan di platform Instagram dan TikTok dan promosi melalui media sosial ini sudah sangat baik dan optimal, karena mayoritas masyarakat mengetahui program Sahabat Relawan melalui media sosial. Strategi *mobile marketing*. Komunitas Sekolah Marjinal menerapkan strategi *mobile marketing* dengan memanfaatkan *text message broadcast* pesan melalui whatsapp, tetapi hasilnya masih kurang optimal untuk diterapkan. Strategi yang terakhir yaitu strategi *personal selling*. Strategi ini diterapkan oleh komunitas pada saat komunitas melakukan presentasi program-program kerja salah satunya yaitu Sahabat Relawan, tetapi strategi ini masih kurang optimal diterapkan karena pihak komunitas hanya melakukan promosi secara *soft selling* dan sekilas, sehingga masih kurang optimal. Maka strategi yang paling diterapkan oleh Komunitas Sekolah Marjinal dalam mempromosikan program Sahabat Relawan yakni strategi *positioning* dan *online and social media marketing*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran penelitian dengan harapan agar dapat membantu pihak Komunitas Sekolah Marjinal dalam mempromosikan program Sahabat Relawan sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

1. Untuk Komunitas Sekolah Marjinal peneliti berharap untuk *strategi online and social media marketing* yang paling efektif diterapkan dapat lebih ditingkatkan lagi dari segi kreativitas dan dapat memanfaatkan platform media sosial lebih banyak lagi selain platform Instagram dan Tiktok.
2. Melakukan promosi secara *offline* lewat sekolah-sekolah seperti sekolah menengah atau perguruan tinggi supaya program Sahabat Relawan lebih dikenal luas.
3. Komunitas Sekolah Marjinal merupakan komunitas *non-profit*, oleh karena itu peran pemerintah sangat berarti untuk keberlangsungan komunitas supaya dapat lebih berkembang dan maju.

4. Dapat menerapkan strategi *advertising* dengan mempromosikan melalui radio atau media cetak supaya lebih luas lagi promosinya.

5.2.2 Saran Akademis

1. Untuk peneliti yang ingin meneliti di Komunitas Sekolah Marginal disarankan untuk meneliti pada sisi program lainnya.
2. Untuk pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan, pengetahuan, serta acuan terkait dengan strategi komunikasi pemasaran.

