

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Promotion Mix* SMK Wikrama Bogor dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa New Normal. Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Periklanan

Periklanan yang digunakan oleh SMK Wikrama Bogor dalam mempertahankan jumlah siswa baru sesuai kuota yang ditetapkan di masa *new normal* dengan menggunakan dua media yaitu media *online* dan media cetak. Media *online* ini adalah *instagram, tiktok, whatsapp, facebook, youtube, dan website*. Sedangkan media cetak yang digunakan SMK Wikrama Bogor adalah brosur yang disebarakan pada saat melakukan presentasi langsung di SMP-SMP. Iklan PPDB ini juga menggunakan dua bentuk isi pesan yaitu informatif untuk memberikan informasi kepada khalayak pada pembukaan PPDB dan persuasif yaitu memberikan bujukan untuk mendaftar bersekolah di SMK Wikrama Bogor.

5.1.2 Penjualan Personal

Kegiatan penjualan personal dilakukan SMK Wikrama Bogor dalam mempertahankan jumlah siswa baru sesuai kuota yang ditetapkan di masa *new normal* ini masuk kedalam promosi secara *offline*, yaitu presentasi langsung ke SMP yang dilakukan dengan bertemu tatap muka dengan siswa SMP yang akan segera lulus, serta memberdayakan pihak internal yaitu siswa, guru dan staf yang bekerja di SMK Wikrama Bogor sebagai pihak yang melakukan promosi langsung ke orang terdekat di wilayah tempat tinggalnya.

5.1.3 Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh SMK Wikrama Bogor dalam mempertahankan jumlah siswa baru sesuai kuota yang ditetapkan di masa *new normal* adalah dengan memberikan informasi *reward* kepada siswa SMK Wikrama Bogor bagi mereka yang melakukan kegiatan promosi serta mendaftarkan siswa SMP ke SMK Wikrama Bogor. Promosi penjualan selanjutnya adalah pemberian informasi mengenai adanya jalur masuk beasiswa prestasi, dhuafa, dan yatim bagi siswa-siswi SMP yang ingin bersekolah di SMK Wikrama Bogor. Informasi mengenai promosi penjualan ini disebarakan di media *online* yaitu di *whatsapp* dan *instagram*.

5.1.4 Hubungan Masyarakat

Peran hubungan masyarakat dalam promosi PPDB SMK Wikrama Bogor SMK Wikrama Bogor dalam mempertahankan jumlah siswa baru sesuai kuota yang di tetapkan di masa *new normal* adalah dengan melakukan publikasi di media *online*, dengan menyebarkan konten-konten berkaitan dengan kegiatan serta prestasi untuk mengedukasi dan membangun kepercayaan publik pada SMK Wikrama Bogor.

5.1.5 Pemasaran Langsung

Sarana pemasaran langsung dari SMK Wikrama Bogor SMK Wikrama Bogor dalam mempertahankan jumlah siswa baru sesuai kuota yang ditetapkan di masa *new normal* adalah dengan menggunakan *broadcast whatsapp* yang pengiriman pesan promosinya secara langsung kepada siswa-siswi SMP tingkat akhir melalui *private chat* dan juga melalui grup orang tua siswa dan siswa rayon. Selanjutnya pemasaran langsung di grup *whatsapp* orang tua siswa dan siswa rayon dengan membentuk interaksi hubungan yang baik dan berkelanjutan agar orang tua siswa dan siswa SMK Wikrama Bogor berkenan untuk membagikan promosi ke orang-orang disekitarnya.

5.1.6 *Promotion Mix*

Promotion mix yang dilakukan oleh SMK Wikrama Bogor telah dilakukan dan berjalan sesuai dengan yang direncanakan, dengan menggunakan strategi *offline* dan *online*. Pada kegiatan periklanan, informasi promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung dilakukan secara *online* menggunakan media internet seperti sosial media, dan *offline* digunakan pada kegiatan penjualan personal yang dilakukan secara langsung pada masyarakat.

5.2 Saran

Adapula saran yang peneliti sampaikan baik kepada instansi yang terkait serta bagi penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Saran bagi SMK Wikrama Bogor

1. Dalam menyebarkan iklan diharapkan dapat menggunakan fitur *ads* di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, agar iklan tidak hanya dibagikan pada orang yang mem-*follow*, dan penyebaran iklan mencakup publik yang lebih luas.
2. Dalam media periklanan diharapkan dapat menggunakan spanduk pembukaan PPDB di dekat daerah SMK Wikrama Bogor serta ke daerah seperti kabupaten yang jauh dari SMK Wikrama Bogor.
3. Dalam isi pesan iklan atau *caption* iklan di media sosialnya diharapkan memberikan penonjolan mengenai *campaign* atau slogan mengenai kelebihan dari sisi alumni yang sukses setelah lulus dari

SMK Wikrama Bogor, hal ini dapat menjadi sebuah kelebihan serta testimoni yang memberitahukan pada publik.

5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali dan mendapatkan informasi yang lebih banyak dan lebih dalam lagi sehingga penelitian lebih lengkap.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan serta menyajikan data yang dideskripsikan lebih rinci.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih baik lagi.