

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan Peneliti mengenai **“Peranan *Marketing Public Relations* Happy CoCreative dalam Kegiatan Pemasaran Digital di Instagram (Studi Deskriptif Tentang Peranan *Marketing Public Relations* Happy CoCreative *Coworking Space* Bandung Dalam Kegiatan Pemasaran Digital di Instagram @happycocreative.id)”** .

Pada bab ini Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* Happy CoCreative dalam pemasaran digital di Instagram yaitu dengan melakukan *Ads* menggunakan radius untuk menarik orang-orang yang berada di sekitar Happy CoCreative tertarik untuk berkunjung dan menggunakan *Coworking Space* yang ditawarkan oleh Happy CoCreative dan *Partnership* dengan berbagai Lembaga ataupun kampus dalam suatu *event* yang dilakukan Bersama.
2. Media yang digunakan oleh *Marketing Public Relations* Happy CoCreative dalam pemasaran digital di Instagram yaitu dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di Instagram seperti *Live* Instagram yang dilakukan satu minggu sekali,serta fitur *Story* yang yang dimanfaatkan sebaik mungkin seperti menggunakan pilihan *Question and Answer* dan juga dengan memperhatikan *feeds* sebagai media yang paling utama dalam kegiatan pemasaran digital yang dilakukan di Instagram.

3. Pesan yang disampaikan dalam kegiatan pemasaran digital yang dilakukan di Instagram yaitu dengan menggunakan bentuk pesan tulisan yang *to the point* serta bersifat persuasive pada pesan yang disampaikan dan bentuk pesan gambar yang *simple* dalam pemilihan foto serta warna latar pada setiap informasi yang disampaikan baik dalam setiap postingan yang berbentuk teks pada *feeds* ataupun pada *storygram* yang berbentuk visual.

Ketiga mikro tersebut merupakan indikator yang digunakan pada kegiatan pemasaran digital di Instagram yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* Happy CoCreative menunjukkan bahwa kegiatan dilakukan dengan *Ads* dan *Partnership* serta menggunakan media Instagram melalui fitur seperti *Live*, *Story* dan *Feeds* Instagram dengan pesan yang disampaikan bersifat *to the point* dan *simple*.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, peneliti dituntut untuk harus bisa memberikan suatu masukan berupa saran yang berguna untuk semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Happy CoCreative *Coworking Space* Bandung
 - a. Sebaiknya perlu meningkatkan lagi promosi atau mengiklan menggunakan media sosial untuk lebih menumbuhkan *Brain Awareness* terhadap Happy CoCreative dikalangan penggunanya agar lebih dikenal.

- b. Dalam tampilan *feeds* sebaiknya lebih menambahkan konten visual yang cenderung lebih banyak lagi agar lebih menarik perhatian *followers* ataupun calon pengguna jasa.
 - c. Menambahkan fasilitas atau pilihan *Coworking* yang lainnya agar lebih bisa digunakan oleh segala kalangan dengan memberikan detail harga yang jelas pada postingan di Instagram Happy CoCreative itu sendiri.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Apabila peneliti mengambil penelitian mengenai kegiatan pemasaran digital terutama yang dilakukan pada media sosial seperti Instagram sebaiknya lebih memahami permasalahan yang akan di teliti.
 - b. Untuk senantiasa diharapkan membaca referensi tentang penelitian yang serupa agar memudahkan pada proses penyusunan penelitian tersebut.
 - c. Selalu mengutamakan sopan santun pada saat membutuhkan suatu informasi yang berasal dari informan demi menjaga nama baik UNIKOM selama menjalankan penelitian.