

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa temuan yang dapat dijadikan landasan oleh Public Relations Euro Management Indonesia untuk mempromosikan jasa konsultasi pendidikan. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu : strategi marketing public relations Euro Management dengan setiap hari konsisten dalam memposting di instagram, penggunaan beberapa hashtag yang memudahkan dalam pencarian, kemudian *caption* yang menggambarkan segala kegiatan dan pelayanan yang dilakukan oleh Euro management yang peng-upload-an telah didesain semenarik mungkin sehingga memberikan kesan yang baik sehingga menimbulkan atensi yang positif kepada calon mahasiswa atau orang tua mahasiswa

B. Saran

Peneliti mencoba memberikan beberapa rekomendasi diantaranya :

1. Saran Praktis

- a. Proses komunikasi perlu dikelola dan dijaga dengan baik antara setiap divisi yang berperan dalam proses promosi. Penyampaian informasi maupun laporan kegiatan harus disampaikan dengan terarah. Divisi Public Relations Euro Management Indonesia hendaknya lebih berkoordinasi dalam melaksanakan kegiatan promosi, sehingga apa yang dibutuhkan pada saat kegiatan berlangsung dapat terpenuhi. Divisi Public Relations



juga harus mengawasi dan memantau setiap kegiatan promosi yang berlangsung dari awal hingga akhir kegiatan.

- b. Pemilihan media promosi dalam mempromosikan jasa konsultasi pendidikan sudah cukup baik. pihak Euro Management Indonesia lebih fokus melakukan promosi melalui media sosial, hal ini tentu akan mempersempit atau mengurangi ruang lingkup sasaran dalam mempromosikan jasa konsultasi pendidikan.

2. Saran Akademis

- a. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan dorongan untuk terus mengkaji dan menelaah mengenai strategi Public Relations yang berperan dalam membina komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.
- b. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perencanaan strategis dalam pembentukan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Public Relations. Strategi komunikasi dengan pemanfaatan berbagai media komunikasi, dianggap dapat membantu penyebaran informasi mengenai suatu perusahaan, produk, dan jasa serta membangun image dan juga reputasi yang positif dimata masyarakat.

