Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1) PT Qwords Company International merupakan perusahaan penyedia layanan jasa *web hosting* dan *domain* dengan *positioning* ramah lingkungan dan harga yang terjangkau. Ketatnya persaingan diantara perusahaan yang memiliki kesamaan produk membuat PT Qwords Company International menggunakan strategi MPR yang berupa kegiatan *digital public relations* dan *offline*.
2) Setelah melakukan penelitian singkat mengenai pergerakan pembicaraan di *account social media* saat berlangsungnya pameran, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara aktivasi *Marketing Public Relations* yang dikategorikan komunikasi *online* terhadap komunikasi *offline* PT Qwords Company International.
3) PT Qwords Company International menggunakan kegiatan *digital public relations* dalam rangka menjalin hubungan baik dengan pelanggan dengan memberikan informasi terkini mengenai perusahaan dan mendorong

Analisis Penerapan..., Neneng Suharta, FIKOM UMN, 2014

kegiatan calon untuk melakukan transaksi pembelian.

4) Komunikasi secara *offline* dipergunakan PT Qwords Company International dalam rangka meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai pengedukasian produk dan perusahaan secara tatap muka dengan program-program yang ada, serta menciptakan kredibilitas dan reputasi yang baik terhadap perusahaan.

5) Pada tanggal 13 Juni 2013 – 16 Juni 2013 PT Qwords Company International mengikuti pameran "Festival Komputer Indonesia" yang merupakan bagian dari kegiatan MPR, disaat yang bersamaan percakapan *account* Qwords.com tidak menunjukkan perubahan yang signifikan. Menariknya, percakapan dan jumlah "*likes"* Fanpage Qwords.com mengalami penurunan.

6) Diperlukan sinergi kegiatan MPR baik dengan penerapan *digital public relations* maupun secara *offline* didalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan. Hal ini dikonfirmasi oleh *key informan* yang menyatakan bahwa kegiatan-kegiatan komunikasi *offline* yang dikategorisasi sebagai aktivasi MPR terbukti mampu meningkatkan penjualan terbukti saat dilakukan riset sederhana pada tahun 2008 saat PT Qwords Company International tidak menjalani kegiatan-kegiatan kegiatan *offline* seperti melaksanakan pameran selama enam bulan dan hanya mengandalkan penggunaan *digital public relations*, penjualan mengalami penurunan yang

Analisis Penerapan..., Neneng Suharta, FIKOM UMN, 2014

signifikan. Sehingga penggunaan kegiatan-kegiatan komunikasi *offline* diteruskan kembali hingga saat ini.

7) Temuan ini menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti lebih lanjut , khususnya mengingat layanan yang diberikan PT Qwords Company International dan *nature of industry* yang berbasis Internet. Terasosiasikan dengan kegiatan-kegiatan komunikasi *offline.*

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di PT Qwords Company International dengan judul "Analisis Penerapan Strategi *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan" maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

5.2.1 Dari Segi Akademis

Hasil penelitian ini menguak bahwa meskipun media *online* seperti *social media* yang merupakan media komunikasi baru yang sedang marak diperbincangkan di Indonesia ternyata belum memiliki korelasi yang signifikan dalam membantu meningkatkan jumlah pelanggan. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan *survey* dalam kaitannya dalam mengukur tingkat efektivitas diantara komunikasi *online* dengan komunikasi *offline* serta menganalisa bagaimana sinergi keduanya.

5.2.2 Dari Segi Praktis

Beberapa saran yang ditujukan dari segi praktis adalah sebagai berikut:

- Perencanaan *Marketing Public Relations* sebaiknya menggunakan tahapan-tahapan yang lebih sistematis agar mempermudah dalam mengevaluasi hasil dari kegiatan tersebut sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk program selanjutnya.
- Perlu adanya evaluasi secara khusus mengenai apa penyebab tidak adanya korelasi signifikan dari penggunaan *digital public relations* saat berlangsungnya kegiatan-kegiatan komunikasi *offline.*
- Kegiatan-kegiatan *marketing public relation* yang merupakan komunikasi *online* dan *offline* yang dilakukan PT Qwords Company International perlu disinergikan lebih baik lagi agar hasil yang diharapkan lebih optimal dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan

Analisis Penerapan..., Neneng Suharta, FIKOM UMN, 2014