

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dibahas dalam Bab I, khususnya pada rumusan masalah penelitian “Bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam project *Telkomsel Apprentice Program* 2018 di Yogyakarta?” maka peneliti dapat menarik kesimpulan pembahasaannya sebagai berikut:

Telkomsel Apprentice Program merupakan strategi komunikasi pemasaran terpadu dengan mengkombinasikan elemen bauran promosi dengan desain sebagai menarik perhatian, ajakan, kesadaran, menentukan keputusan. Telkomsel Apprentice Program menggunakan desain untuk menyampaikan pesan. Desain *segment youth* kalangan menengah dan kalangan menengah keatas memiliki perbedaan, untuk kalangan menengah keatas telkomsel menggunakan desain berwarna merah sedangkan desain untuk *segment youth* kalangan menengah menggunakan warna biru muda. Selain itu, telkomsel apprentice program memiliki keunikan yaitu komunikasi pemasaran terpadu yang berupa pemasaran langsung dilakukan oleh para apprentice di Sunday Morning UGM mereka melakukan kegiatan pemasaran langsung tidak menggunakan atribut resmi telkomsel karena tujuannya untuk melihat apakah produk telkomsel tetap menarik atau tidak.

Telkomsel apprentice program melakukan kegiatan pemasaran interaktif dengan bantuan fasilitas yang sudah diberikan oleh birokrat sehingga dapat memaksimalkan kegiatan bauran promosi dalam mengimplementasikan pemasaran interaktif dengan menggunakan website resmi namun divisi youth and community lebih memaksimalkan para apprentice sebagai penerima informasi atau komplain dari pelanggan agar pihak divisi youth and community mendapatkan informasi dan keluhan secara langsung serta menjadikan diri sebagai *customer service*, kegiatan hubungan masyarakat dilakukan oleh *divisi youth and community* dengan mengunjungi kampus-kampus karena kampus merupakan birokrasi nya mahasiswa sehingga untuk mendapatkan kegiatan publisitas dapat dilakukan oleh pihak kampus namun pihak kampus hanya mempublikasikan informasi kegiatan magang yang dibuka oleh telkomsel bukan kegiatan seminar yang telah dilakukan oleh *divisi youth and community*. Strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diimplementasikan oleh telkomsel apprentice program dengan mengetahui kebutuhan pasar dan apa yang sedang trend di lapangan. Meskipun telkomsel apprentice program sudah mengimplementasikan bauran promosi, telkomsel apprentice program memiliki kekurangan yaitu tidak melakukan kegiatan evaluasi mengenai hasil dengan para apprentice apabila ada evaluasi antara telkomsel dan para apprentice akan sangat berguna bagi para apprentice untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan saat melakukan program kerja, evaluasi yang dilakukan saat *form group discussion* dinilai hanya bermanfaat untuk perusahaan.

B. SARAN

Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan Telkomsel Apprentice Program sudah dilakukan dengan baik dan terdapat beberapa kegiatan yang perlu dilakukan agar mendapatkan hasil yang maksimal untuk menaikkan *market share* dari *segment youth* kalangan menengah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Telkomsel Apprentice Program lebih banyak melakukan iklan pada akun-akun besar di Instagram tidak hanya satu akun yaitu @jogjainfo, apabila telkomsel apprentice program melakukan kegiatan iklan lebih banyak pada akun-akun besar lokal telkomsel akan mendapatkan lebih banyak perhatian, semakin sering target konsumen melihat suatu iklan di Instagram maka calon konsumen akan lebih tertarik dan ingin mencoba produk tersebut
2. Untuk pemasaran interaktif menurut peneliti cukup focus pada website resmi yang telah diberikan oleh telkomsel pusat atau langsung mengunjungi customer service di Grapari atau Loop Stasion karena apabila pelanggan mengandalkan para mentor sebagai customer service membutuhkan pihak ketiga yaitu para apprentice sehingga permasalahan akan lebih lambat ditindak lanjuti. Mungkin apabila pelanggan tidak terburu-buru untuk

ditangani maka para mentor dapat dijadikan sebagai customer service.

3. Pemasaran langsung yang dilakukan oleh tim mainstream di Sunday Morning UGM alangkah lebih baiknya diberikan attribute resmi dari telkomsel sebagai pendukung agar lebih menjamin untuk menarik perhatian calon pelanggan.
4. Kegiatan hubungan masyarakat alangkah lebih baik mengundang media lokal atau bekerja sama dengan himpunan mahasiswa atau badan eksekutif mahasiswa kampus tersebut agar kegiatan seminar yang telah dilakukan dapat dipublikasikan oleh publikasi himpunan mahasiswa atau badan eksekutif mahasiswa dikampus tersebut agar mahasiswa lainnya dapat informasi mengenai telkomsel dalam acara seminar tersebut, menurut peneliti publikasi yang dilakukan oleh web fakultas tidak ada nilai informasi mengenai hasil seminar tersebut sehingga kurang maksimal.
5. Kegiatan evaluasi yang dilakukan alangkah lebih baiknya dapat dilakukan secara terbuka sehingga dapat mengetahui apa saja yang dapat diperbaiki oleh para *apprentice* dan mengetahui bagaimana cara memperbaiki suatu produk atau masalah yang dilakukan oleh divisi *youth and community* untuk periode selanjutnya

6. Untuk penelitian selanjutnya, memaksimalkan dalam penggunaan media iklan di Instagram tidak hanya menggunakan media iklan “*paid promote*” namun dengan sponsorship atau kerja sama dengan para *influencer* Instagram.