

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dengan adanya *platform* kursus online IndonesiaX, sangat mempermudah masyarakat dalam memperoleh ilmu secara gratis dan dapat diakses yang mudah. Berdasarkan hasil penelitian strategi marketing *public relation* IndonesiaX dalam meningkatkan *brand awareness* IndonesiaX, dapat disimpulkan bahwa melalui aktivitasnya, marketing IndonesiaX telah menjalankan fungsi sebagai marketing di perusahaan IndonesiaX dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* IndonesiaX. Jika dilihat secara keseluruhan, efektivitas keberhasilan aktivitas marketing cukup membawa dampak pada masyarakat dan dikenal oleh masyarakat umum. Akan tetapi terdapat pengecualian, strateginya dianggap efektif jika target market dan aktivitas marketing di IndonesiaX memiliki arah dan tujuan pesan yang spesifik, misalnya mengerucut pada kelompok umur tertentu, atau trend yang sedang marak di masyarakat. Maka dari itu, marketing IndonesiaX memiliki peranan penting untuk mengoptimalkan layanan jasa yang ditawarkan oleh IndonesiaX dalam bentuk kursus online agar menyesuaikan perkembangan zaman serta diminati oleh masyarakat dan dapat berguna untuk kehidupan masyarakat. Marketing IndonesiaX sebaiknya menggiatkan secara maksimal strategi marketing yang selama ini sudah dilakukan di IndonesiaX dan lebih mendengar keinginan pembelajar yang ada saat ini dan menambah kursus sesuai dengan permintaan pasar yang ada serta minat pembelajar. Strategi CSR yang selama ini belum pernah dilakukan oleh IndonesiaX bisa mulai dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* di masyarakat umum.

## 5.2 Saran

Penelitian yang penulis teliti lebih kepada strategi marketing *public relations* PT. IndonesiaX untuk membangun *brand awareness*, oleh karena itu penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan strategi marketing *public relation* yang digunakan PT. IndonesiaX yang sudah ada cukup baik, akan lebih baik jika pendekatan strategi yang ada dilakukan lebih mengerucut, khususnya dalam pendekatannya pada cakupan usia audiens yang berusia pelajar hingga pekerja, agar meningkatkan minat dan jumlah peserta kursus online di IndonesiaX dan sesuai dengan minat pembelajar dalam usia tersebut.
2. Selain itu menyarankan agar PT. IndonesiaX menambah personil dalam departemen marketing agar lebih memaksimalkan kinerja mereka dalam menjalankan tugasnya. Akan lebih baik apabila pekerjaannya dibagi ke lebih dari satu orang agar fungsi marketing dalam perusahaan menjadi lebih maksimal, termasuk dalam menjalankan strategi marketing kedepannya.
3. Menerapkan strategi yang ada di dalam teori marketing communication “P.E.N.C.I.L.S.”, dikarenakan ada satu langkah yang belum diterapkan oleh IndonesiaX, maupun ada langkah lain yang dinilai belum dimaksimalkan oleh Marketing Communication IndonesiaX. Spesifiknya adalah memaksimalkan dalam hal publikasi, komunitas, dan aksi sosial pada masyarakat sekitar IndonesiaX. Hal ini berguna untuk memaksimalkan peran marketing dalam perusahaan yang nantinya akan meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap IndonesiaX.