

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara, studi kepustakaan dan observasi mengenai strategi pemasaran PT. Jamsostek (Persero) dalam memperkenalkan usaha. Maka ada beberapa poin yang dapat disimpulkan dari penelitian yang telah dilakukan.

Dari hasil analisis dan penelitian, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kegiatan publisitas PT. Jamsostek sejauh ini dinilai sudah berjalan cukup baik, kegiatan publisitas di kantor wilayah yang sudah cukup baik dengan diadakannya kepersertaan Jamsostek, edukasi, melakukan gathering serta menjaga hubungan media relations, yang mendorong PT. Jamsostek semakin diikuti oleh para perusahaan dan lembaga yang terkait serta memberikan nama baik dan ikut mensukseskan penyelenggaraan BPJS yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Kegiatan publisitas lainnya di kantor cabang yaitu dengan diadakannya mandiri *virtual account* untuk memudahkan para peserta dalam pembayaran iuran program-program Jamsostek.
2. Kegiatan *advertising* yang dilakukan PT. Jamsostek sudah mencakup beberapa media cetak, elektronik dan media *online*. Selain itu PT. Jamsostek juga mengadakan lomba berupa “goes to campus” yang tidak

lain bagian dari pada iklan dengan memberikan hadiah yang di antaranya berupa rekrutitment menjadi karyawan PT. Jamsostek. Juga mengadakan Jamsostek Award sebagai penghargaan PT. Jamsostek kepada lembaga atau perusahaan yang mengikuti program Jamsostek itu sendiri.

3. Kegiatan *Public relations* yang dilakukan PT. Jamsostek adalah menjaga hubungan *public relations* dan media masa, membangun *brand image* dan menjaga hubungan kemitraan. Komunikasi humas dengan media masa dalam membangun *public relations* di antaranya *By serving the media*, *By establishing a reputation for realiability*, *By supplying good copy*, *By cooperations in providing material*, *By providing verifiation facilities*, *By buliding personal relationship with the media*.

5.2 Saran atau Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Saran untuk pengembangan selanjutnya, khususnya mahasiswa fakultas ilmu komunikasi agar memperluas lingkup penelitian dan memperdalam bahasan lainnya dalam tema pemasaran jasa. Pemasaran jasa yang bertitik berat pada pelayanan, merupakan kegiatan yang erat kaitanya dengan ilmu komunikasi. Pengembangan ilmu komunikasi dalam bidang pemasaran jasa sangat diharapkan,

karena masih jarang adanya modifikasi pemasaran jasa dalam metode yang lebih sederhana dan mudah untuk dimengerti.

2. Para mahasiswa yang akan melakukan penelitian, dengan tema serupa yakni, disarankan untuk menggunakan sudut pandang lain, misal dengan bauran komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang dinilai sesuai era masa kini.

5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk publisitas diharapkan PT. Jamsostek melakukan berbagai sosialisasi yang lebih baik lagi agar banyak orang yang mengenal PT. Jamsostek dan merasakan manfaat setelah mengikuti program-program yang ada di Jamsostek.
2. Untuk advertising sendiri diharapkan partner di media cetak lebih ditambahkan agar orang-orang lebih tahu banyak mengenai Jamsostek, dan membuat iklan yang lebih inovatif lagi.
3. Untuk *public relations* sudah baik hanya saja lebih dapat dipertahankan untuk menjaga PT. Jamsostek dengan beberapa jurnalis yang akan mengambil berita agar tercipta suasana yang tetap baik di antara keduanya.