

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah disajikan dalam bab sebelumnya mengenai Aktivitas *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Penggunaan CCTV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

CV. Concept Teknologi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *security system* yang meliputi CCTV, Alarm, Fingerprint, Acces Door dll. Seiring dengan perkembangan zaman tentu persaingan bisnis juga semakin padat oleh karena itu, CV. Concept Teknologi perlu untuk tetap melakukan aktivitas *marketing public relations* guna meningkatkan kesadaran pentingnya penggunaan CCTV bagi masyarakat. Terus mengikuti perkembangan teknologi dan produk-produk terbaru dengan tetap memberikan informasi dan pelayanan kepada masyarakat melalui media online seperti Instagram, Facebook, Website dan WhatsApp. Berikut adalah simpulan dari hasil analisis data menggunakan teori *marketing mix* dan 7 aktivitas *marketing public relations* adalah sebagai berikut.

Dalam hal ini publikasi yang dilakukan oleh CV. Concept Teknologi dalam menyampaikan informasi mengenai CCTV da *security system* lainnya yaitu dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan Website perusahaan. Bentuk identitas perusahaan yang dikenalkan kepada masyarakat yaitu berupa logo perusahaan, kartu nama, dan kalender perusahaan yang dapat dibagikan kepada masyarakat (calon konsumen) dan konsumen. Untuk kegiatan perusahaan sendiri telah melakukan *workshop online* selama pandemic yang telah bekerjasama dengan distributor. Kemudian ada family gathering keluar kota dan keluar negeri (bekerjasama dengan distributor) yang diadakan sebelum pandemic. Berita yang dibuat oleh CV. Concept Teknologi dimuat kedalam website perusahaan agar dapat dibaca oleh masyarakat yang mengakses website tersebut. Untuk berita yang dimuat ini sangat jarang di perbarui. Untuk *Speeches*, *Public-Service Activities*, dan *Sponsorship* belum pernahh dilakukan oleh CV. Concept Teknologi. Jadi untuk kegiatan atau aktivitas *marketing public relations* hanya ada 4 aktivitas yang sedang dilakukan oleh CV. Concept Teknologi.

Ada empat kelompok variable yang disebut “4P” dalam kegiatan bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Keempat variable tersebut akan menjelaskan bagaimana aktifitas

marketing public relation CV. Concept Teknologi dapat disimpulkan sebagai berikut.

CV. Concept Teknologi menjual produk mereka dengan memberikan informasi tentang produk tersebut melalui media sosial yang mereka punya. Produk yang CV. Concept Teknologi berupa peralatan CCTV dan security system lainnya, misal alat akses control, bracket CCTV, mesin absensi, mesin pengukur suhu, intercom, Akses Door dll. CV. Concept Teknologi juga memiliki brand kamera sendiri bernama “Subvision”, ada kamera audio dan color full. Tidak semua media sosial setiap hari aktif posting. Untuk Instagram sendiri lebih sering memposting hasil instalasi CCTV daripada produk.

CV. Concept Teknologi menyediakan beberapa pilihan paket CCTV yang dimuat dalam website mereka. Dengan pilihan paket CCTV tersebut setiap orang dapat dengan mudah menentukan budget yang mereka punya untuk melakukan pemasangan CCTV. CV. Concept Teknologi juga kerap memberikan promosi melalui status WA. Promosi ini lebih menekankan kepada harga, CCTV dijual mulai dari harga yang terjangkau hingga paling mahal menyesuaikan kebutuhan konsumen. Selalu memberikan best price kepada calon customer maupun customer yang sudah loyal dengan mereka. Untuk yang ingin bertransaksi namun masih ragu atau sedang berada diluar kota Surabaya bisa menggunakan *market place* Shopee dan Tokopedia yang dimiliki CV. Concept Teknologi.

Berada di kota besar yaitu Surabaya bagi konsumen yang ingin mengetahui atau bertransaksi dengan CV. Concept Teknologi dapat melihat situs website yang sudah jelas tertera alamatnya. Kemudian jika ingin melihat langsung kondisi perusahaan atau *office* dapat berkoordinasi dengan admin atau marketing melalui WA yang sudah tertera di seluruh media sosial dan website CV. Concept Teknologi. Promosi yang dilakukan CV. Concept Teknologi yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen maupun calon konsumen. Membantu kebutuhan konsumen sesuai dengan budget atau produk yang diinginkan. Paket CCTV dengan harga murah yang di promisikan melalui website perusahaan.

5.2 Saran

Untuk perusahaan, lebih meningkatkan aktivitas menyebarkan informasi melalui media sosial terutama facebook dan instagram. Selalu update berita terbaru melalui sosial media maupun WhatsApp. Melakukan kegiatan *sponsor* dan *event* lain agar *kegiatan marketing public relations* lebih luas dan cepat diketahui oleh publik.

Untuk Universitas, dengan adanya penelitian diharapkan menjadi bacaan untuk mahasiswa yang sedang menempuh bidang pendidikan Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya. Penelitian ini tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya, oleh karena itu peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup terkait dengan aktivitas *marketing public relations* dengan teori-teori baru lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1995). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran* (1 ed.). kencana prenatal media group.
- Dahua Indonesia. (2020). *Pentingnya Menggunakan CCTV dengan Fitur Terbaru di Masa Pandemi*. Kompas.Com.
<https://biz.kompas.com/read/2020/12/10/135122828/pentingnya-menggunakan-cctv-dengan-fitur-terbaru-di-masa-pandemi>
- Deddy Mulyana. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (22nd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Harrison, K. (2008). *Strategic Public Relations: A Practical Guide to Succes* (5th ed.). Century Consulting Group.
- imron rosyadi, muhamad. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Komunikator*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.18196/jkm.101001>
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Pusaka Utama Grafiti.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Prenada Media.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks Kotler.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management*, (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Moeloeng, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nitisusastro M. (2012). *Perilaku Konsumen*. alfabeta.
- NOUKE JUNIANDANI. (2020). *UPAYA PENINGKATAN KESADARAN MEREK MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS PADA TRANSLATE EXPRESS DI KOTA PEKANBARU*. Universitas Islam Negeri

Sultan Syarif Kasim Riau.

Ruslan, Rosady. (1998). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosandy. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Media Pressindo.

Shaloom, J., & Doho, Y. D. B. (2017). Analisis Kegiatan Marketing Public Relations Pada Museum Angkut , Batu Jawa Timur. *Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 3, 96–129.

St. Nur Alfiana Wulandari. (2018). *STRATEGI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNAAN APLIKASI TAPROSE SMART CITY*. UIN SUNAN AMPEL SURABAYA.

Stephanie, C. (2020). *Kejahatan Marak di Indonesia, Kamera CCTV Bisa Apa?* Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/07/04/08080097/kejahatan-marak-di-indonesia-kamera-cctv-bisa-apa-?page=all>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Suparno, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Marketing Public Relations*. PT Indeks.

Thomas L, H. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. John Wiley& Sons Inc.