

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian setiap bab mengenai Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Media Promosi Pada PT Hayati Pratama Mandiri Kota Padang, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. PT Hayati Pratama Mandiri menerapkan *digital marketing* sebagai media untuk mempromosikan motor, aplikasi homi, berbagai layanan motor, hingga *accessories* motor. Tahapan dari penerapan *digital marketing* pada PT. Hayati Pratama Mandiri yaitu, membuat sebuah kalender posting dengan cara membagi jadwal posting setiap produk atau layanan yang akan diposting di media promosi pada PT Hayati, dan membuat desain produk atau layanan berupa gambar ataupun konten yang akan diposting sesuai dengan kalender posting yang sudah dibuat.
2. PT Hayati Pratama Mandiri menggunakan berbagai jenis media *digital marketing* yaitu *Website, Youtube, Dan Sosial Media Berupa Instagram, Facebook, Dan Tiktok*. Setelah melakukan observasi dengan cara mengerjakan, mengamati, hingga menganalisis media *digital marketing* yang saat ini paling efektif digunakan sebagai media promosi pada PT Hayati yaitu instagram, karena instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan terutama anak muda, untuk itu PT Hayati saat ini lebih mengoptimalkan promosinya melalui instagram dengan cara fokus untuk

membuat strategi promosi yang menarik, agar pengguna instagram tertarik untuk menyaksikan promosi pada media sosial instagram PT Hayati.

3. Dalam penerapan *digital marketing* pada PT Hayati Pratama Mandiri, terdapat berbagai kendala yang paling utama yaitu, kurangnya sumber daya manusia dibidang *digital marketing*, sehingga terdapat beberapa kendala dalam proses pembuatan pada desain promosi, hingga pembuatan konten video promosi yang menarik. Masih kurangnya viewers pada akun media sosial PT Hayati, karena belum adanya centang biru terutama pada akun instagram PT Hayati, yang membuat masyarakat menjadi tidak yakin bahwa media sosial tersebut merupakan akun resmi milik PT Hayati.
4. Adanya keterbatasan sumber daya manusia, menyebabkan minimnya kerjasama dengan influencer yang terkenal dan banyak di minati oleh masyarakat. Hal ini dapat menjadi alasan kenapa *viewers* pada akun media sosial PT Hayati Pratama Mandiri masih kurang dan sepi pengunjung, karena masyarakat yang tidak tertarik untuk melihat promosi yang sedang dilakukan.
5. Untuk menyelesaikan semua kendala yang terjadi pada penerapan *digital marketing* tersebut, PT Hayati mencari solusi dengan cara melakukan kerjasama dengan pihak *agency* yang berkualitas di Kota Padang, untuk membantu proses pembuatan konten promosi, penyediaan langsung influencer yang berpengaruh dari pihak *agency*, membantu mengelola instagram, dan menentukan strategi agar mendapatkan centang biru dari pihak instagram. PT Hayati memperbanyak kuis dengan berbagai macam hadiah berupa uang tunai ataupun barang dengan syarat-syarat tertentu

contohnya, untuk mengikuti kuis harus mengikuti akun instagram PT Hayati dan harus mengajak teman yang lainnya untuk mengikuti kuis tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil *observasi* yang dilakukan yaitu dengan mengerjakan, mengamati secara langsung, dan melakukan wawancara dengan karyawan divisi *Marketing Communication Development*, selama melaksanakan kegiatan magang di PT Hayati Pratama Mandiri, terdapat beberapa saran penulis agar menjadi bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah dan kendala yang ada yaitu :

1. Selain bekerja sama dengan pihak agency, PT Hayati juga perlu untuk menambah sumber daya manusia atau karyawan agar dapat membantu untuk *menghandel* dalam pembuatan desain promosi, membuat konten video, hingga *menghandel* media *digital marketing* PT Hayati lainnya.
2. Selain menggunakan influencer yang telah disediakan oleh pihak agency, PT Hayati juga perlu untuk melakukan kerja sama dengan pihak influencer lainnya, seperti influencer yang cukup terkenal dan berpengaruh di Kota Padang yang dapat membuat konten lucu, agar masyarakat tertarik dan tidak merasa bosan saat menonton konten promosi yang dibuat.
3. Selain promosi menggunakan bantuan influencer, seluruh karyawan PT Hayati juga perlu untuk saling bekerja sama dengan cara mempromosikan media promosi dari PT Hayati, contohnya mempromosikan instagram PT Hayati menggunakan media sosial pribadi seluruh karyawan PT Hayati.

4. PT Hayati Pratama Mandiri, perlu menyusun strategi untuk mendapatkan centang biru oleh pihak instagram, karena umumnya masyarakat akan lebih percaya dan yakin bahwa instagram tersebut merupakan instagram resmi apabila akun tersebut memiliki centang biru.
5. PT Hayati perlu untuk mengaktifkan lagi media *digital marketing* lainnya seperti tiktok yang saat ini telah menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga dapat menjadi peluang yang cukup besar untuk melakukan kegiatan promosi pada media tersebut.

