

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, adapun kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Bentuk media relation jurnalistik yang bekerjasama dengan SMK Imelda Medan dalam melakukan promosi adalah akun sosial media *Medantalk*. Bentuk kerjasama yang dilakukan tidak terikat, artinya SMK Imelda Medan meminta bantuan promosi dengan akun sosial media berita online *Medantalk* hanya ketika menyambut masa calon siswa-siswi baru saja. Bentuk kerjasama yang dilakukan dengan cara menghubungi admin dan meminta memposting data dan kegiatan atau brosur digital sekolah di akun sosial media berita *Medantalk*.
2. Bentuk media sosial yang digunakan SMK Imelda Medan sebagai media relation yang digunakan oleh SMK Imelda Medan dalam meningkatkan promosi sekolah adalah dengan menggunakan media cetak seperti brosur dan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Adapun postingan yang di unggah oleh SMK Imelda Medan adalah informasi-informasi sekolah seperti jurusan, kegiatan, fasilitas dan lain sebagainya yang digunakan untuk menarik minat calon siswa baru mendaftar.
3. Efektivitas promosi yang dilakukan oleh SMK Imelda Medan antara media jurnalistik dan media sosial lebih cenderung ke media sosial. Alasannya karena calon siswa baru atau masyarakat lebih cenderung aktif menggunakan media sosial dibandingkan media jurnalistik. Jadi, penyebaran promosi lebih banyak dilihat di media sosial dibandingkan dengan media jurnalistik.
4. Hambatan yang ditemui SMK Imelda Medan dalam mempromosikan sekolah menggunakan media relation jurnalistik adalah lambatnya respon

dari *Medantalk* dalam merespon data-data sekolah yang dikirimkan oleh SMK Imelda Medan, dikarenakan banyaknya yang menggunakan jasa *Medantalk*. Untuk itu solusi dalam mengatasi hambatan tersebut, SMK Imelda rutin melakukan komunikasi dengan cara *direct messege* dengan admin *Medantalk*. Selain itu, hambatan lain yang ditemukan SMK Imelda Medan dalam mempromosikan sekolah menggunakan media sosial adalah permasalahan jaringan yang sering mengalami gangguan atau *error*, sehingga mengalami hambatan dalam mengelola akun sosial media. Sedangkan untuk media sosial adalah kurangnya aktivitas Humas SMK Imelda Medan untuk aktif menggunakan akun media sosial dalam mempromosikan SMK Imelda Medan.

5.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini, adalah masukan untuk pihak-pihak terkait dengan penelitian ini, yakni:

1. Kepada SMK Imelda Medan agar lebih banyak melakukan kerjasama dengan media relation jurnalistik yang bersifat elektronik dan cetak, seperti radio-radio yang ada di Kota Medan, kemudian SMK Imelda Medan juga dapat melakukan kerjasama dengan koran-koran yang sifatnya cetak agar dapat memaksimalkan promosi sekolah
2. Kepada siswa dan guru-guru di SMK Imelda Medan agar dapat membantu memaksimalkan kinerja promosi sekolah, dengan cara membantu menyebarkan link postingan yang telah di unggah oleh *Medantalk* ke banyak pengguna media sosial lainnya atau memposting ulang unggahan yang telah di posting akun berita online *Medantalk*
3. Kepada peneliti lainnya yang ingin meneliti tentang kajian yang sama agar dapat menelit kajian yang lebih spesifik tentang komunikasi dan promosi sekolah yang bersifat langsung agar dapat mengetahui upayaupaya promosi secara lebih detail dan efektif dan efektivitas komunikasi sekolah