

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagai bisnis baru pada bidang komunitas sosial, program *Traveling and Teaching* 1000 Guru, dibuat sebagai wadah anak muda untuk mengeskpesikan dirinya melalui kegiatan sosial peduli Pendidikan dengan gaya yang modern, karena memberikan kesan jalan-jalan sambil berbagi yang menyenangkan sesuai dengan gaya hidup anak muda saat ini.
2. Program *Traveling and Teaching* dilaksanakan 3 hari 2 malam terhitung sejak Jumat hingga Minggu dengan aktivitas *traveling* yang dominan dilakukan.
3. Untuk mendapatkan peserta TnT, komunitas 1000 Guru melakukan strategi pemasaran di media sosial khususnya Instagram. Adapun pemasaran yang dilakukan 1000 guru untuk menjual program TnT kepada publik adalah dengan menerapkam konsep IMC. Adapun 4 unsur konsep IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang menjadi strategi pemasaran TnT, Di antaranya:
 - a. Iklan, 1000 Guru konsisten menggunakan fitur *ads* di Instagram untuk dapat memenuhi target bisnis dan menarik minat anak muda. Didukung oleh model *New* pada NICE, iklan ini menjadi strategi untuk pengikut baru dan pembaharuan kunjungan Instagram.
 - b. Pemasaran interaktif di Instagram, Dalam mempromosikan program TnT, 1000 guru melakukan strategi pemasaran interaktif di Instagram dengan membuat 1000 guru talk pada fitur live bersama para artis dan brand ambassador 1000 Guru yang pernah terlibat pada kegiatan TnT. Selain itu, interaksi yang dibangun 1000 guru terjadi melalui kolom komentar setiap unggahan 1000 Guru. Didukung oleh model *interest* pada NICE, karena dapat

menumbuhkan minat publik setelah melihat pemasaran interaktif tersebut.

- c. Publisitas, 1000 Guru melakukan strategi pemasaran program TnT melalui kerjasama dengan media massa dan stakeholder. Publisitas yang dilakukan adalah berita acara dan artikel berita mengenai program TnT yang telah dilaksanakan. Didukung oleh model *convert* pada NICE, karena menjadi bahan pertimbangan publik sebelum memutuskan ikut serta dalam program TnT.
 - d. *Word of Mouth Marketing Communication*, pada strategi ini semua orang yang pernah terlibat di 1000 guru dan program TnT boleh memberikan *review* ke publik melalui unggahannya di sosial media Instagram dengan tagar #1000Guru atau #travelingandteaching. Didukung oleh model *Engage* pada NICE, karena strategi ini melibatkan banyak orang untuk memberikan ulasan mengenai program TnT.
4. Dalam pemasarannya program TnT lebih dominan dalam mempromosikan aktivitas *travelingnya*. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai target bisnis 1000 guru untuk menarik banyak anak muda ikut serta pada program TnT.
 5. Strategi pemasaran program TnT 1000 Guru berhasil dilakukan dengan promosi pariwisata pada kegiatan *traveling* dan didukung dengan banyaknya antusias anak muda dalam kegiatan *traveling* yang saat ini sangat tinggi. Promosi yang dominan ke pariwisata inilah yang menjadi daya tarik publik dan menjadi ciri khas program TnT 1000 Guru.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

5.2.1. Saran Peneliti Kepada Komunitas

1. Mematangkan lagi mengenai informasi keikutsertaan peserta dalam program TnT agar calon peserta mengetahui detail kedepannya setelah ikut TnT apakah peserta TnT 1000 Guru terikat lama atau 2-3 hari acara saja.
2. Melibatkan lebih banyak sponsor lagi karena donasi yang telah sponsor berikan belum cukup untuk dibagikan ke semua regional 1000 Guru di seluruh Indonesia, yang mengakibatkan beberapa regional menggunakan HTM untuk 2 (dua) keperluan donasi pendidikan dan berwisata.
3. Peneliti berharap 1000 Guru kedepannya semakin banyak membuat strategi-strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif dilakukan oleh banyak kalangan secara umum dan tidak hanya sekedar kolaborasi bersama kalangan terkenal saja dan semoga 1000 Guru dapat menjadikan program TnT sebagai kampanye Pendidikan di Indonesia.
4. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya.

5.2.2. Saran Peneliti Kepada Mahasiswa

- i. Pastikan sumber data yang ingin diteliti mudah didapatkan. Selanjutnya mencari tahu lebih detail dan spesifik mengenai subjek dan objek penelitian pada tugas akhir skripsi.
- ii. Persiapkan berkas keperluan skripsi dan siding sejak awal atau dipersiapkan dari semester sebelumnya.