

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah peneliti lakukan terkait dengan Strategi Marketing Public Relation dalam meningkatkan jumlah pengunjung melalui Instagram @glzoojogja dapat disimpulkan sebagai berikut Strategi Marketing Public Relations Kebun Binatang Gembira Loka melalui akun instagram @glzoojogja. Strategi marketing public relations yang telah diterapkan melalui media sosial instagram @glzoojogja yaitu Three Ways Strategy yang mencakup push strategy, pull strategy dan pass strategy:

1. *Pull strategy* yang diterapkan dengan menggunakan media sosial instagram dengan menerapkan customer relations, menjaga hubungan positif dengan publik, mengikuti berbagai kegiatan event, melakukan promosi dan me repost insta story pengunjung yang menandai akun media sosial instagram @glzoojogja.
2. *Push strategy* yang diterapkan dalam menggunakan media sosial instagram dengan melakukan publikasi, memperluas segmentasi pasar, Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mendorong penjualan.
3. *Pass Strategy* yang diterapkan dalam media sosial instagram @glzoojogja dengan melakukan kegiatan *corporate social responsibilty*, berupa kegiatan sosial peduli bagi memberikan bantuan kepada pantai asuhan dan rumah ibadah dan untuk kegiatan dilakukan dengan program satwa masuk sekolah untuk seluruh kota Yogyakarta tanpa pungutan biaya untuk mempengaruhi opini publik yang akan berdampak pada citra perusahaan.

5.2 Saran

Saran Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Strategi marketing public relations dalam meningkatkan jumlah pengunjung sudah sangat baik dan berkualitas. Marketing public relations glzoo sudah memenuhi standar dalam melakukan tugas-tugas dari marketing public relations. Namun harus sedikit meningkatkan kreatifitasnya agar tidak kalah saing dengan objek wisata lainnya.
2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut akan strategi marketing public relations glzoo, sebagai salah satu cara untuk memaksimalkan kemampuan *marketing public relations* dalam melakukan strategi untuk menghadapi tantangan yang akan terjadi kedepannya.
3. Peneliti menyadari bahwa pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan belum bisa menggali lebih banyak informasi. Oleh karena itu untuk penelitian dengan tema yang sama bisa menggunakan metode penelitian yang berbeda.