

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Hasil analisis yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan kerja praktik (KP) di LKP Anisya menunjukkan adanya beberapa kesenjangan yang berhubungan erat dengan teori-teori yang telah diuraikan sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis dan landasan teori yang telah disusun, tantangan utama LKP Anisya dalam pemasaran dan promosi menjadi panduan dalam mengusulkan solusi yang tepat.

Melalui teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC), ditemukan bahwa pesan promosi belum konsisten di berbagai saluran. Media sosial tidak dikelola dengan optimal, dan belum ada website yang bisa memberikan informasi terstruktur tentang kursus yang ditawarkan. Hal ini membuat calon peserta kesulitan mendapatkan informasi lengkap. Komunikasi yang terarah dan konsisten di berbagai platform promosi menjadi penting untuk meningkatkan brand awareness lembaga ini.

Dari perspektif Promosi Digital, analisis menunjukkan bahwa LKP Anisya belum memanfaatkan peluang pemasaran online secara maksimal. Penggunaan SEO dan konten media sosial untuk meningkatkan visibilitas lembaga di mesin pencari dan media sosial masih sangat minim. Ini menyebabkan LKP Anisya sulit ditemukan oleh calon peserta yang mencari kursus menjahit secara online. Selain itu, belum ada strategi viral marketing yang memanfaatkan kekuatan konten menarik untuk meningkatkan jangkauan secara organik melalui platform seperti Instagram atau TikTok.

Dengan demikian, analisis ini menekankan bahwa strategi pemasaran di LKP Anisya memerlukan perbaikan mendasar, terutama melalui penerapan strategi digital, pengelolaan komunikasi yang lebih konsisten, dan segmentasi pasar yang tepat. Implementasi solusi-solusi ini dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap LKP Anisya dan membantu mencapai target jumlah peserta yang lebih optimal.

4.2. Pembahasan

Selama kerja praktik (KP) di LKP Anisya, program peningkatan promosi dan pemasaran telah diimplementasikan sesuai dengan cara yang diusulkan. Pertama, strategi

pemasaran yang diusulkan melibatkan pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan website untuk meningkatkan visibilitas lembaga. Dalam praktiknya, akun media sosial LKP Anisya telah diaktifkan dan dikelola secara rutin dengan konten yang menarik dan relevan, termasuk foto dan video kegiatan kursus, testimoni peserta, dan penawaran khusus. Website juga diperbarui untuk menyediakan informasi lengkap tentang program kursus, termasuk jadwal, harga, dan cara pendaftaran, serta dioptimalkan dengan teknik SEO untuk meningkatkan peringkat pencarian di Google.

Evaluasi berkala terhadap hasil implementasi menunjukkan bahwa ada peningkatan signifikan dalam jumlah pendaftar kursus dan tingkat keterlibatan di media sosial. Penyesuaian yang dilakukan berdasarkan umpan balik dari peserta dan analisis data promosi menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan telah membantu LKP Anisya untuk mencapai target penjualan yang lebih baik dan meningkatkan kesadaran publik terhadap keberadaan lembaga. Secara keseluruhan, program yang telah diusulkan dan diimplementasikan selama kerja praktik menunjukkan kemajuan yang positif dalam hal promosi dan pemasaran, serta mendukung pencapaian tujuan lembaga dalam meningkatkan jumlah peserta.