BAB 5
SIMPULAN dan SARAN

5.1 Simpulan

- Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh John Casablancas *Modeling and Career Center* adalah dengan menggunakan *press release*, ikut serta dalam pameran pendidikan (*education expo*), melakukan *talk show* di radio disertai dengan alumni JCC dan orang tuanya, melakukan barter promosi melalui majalah, melakukan program ”student get student” yang saat ini sudah tidak dilakukan lagi, dan yang paling utama JCC mengandalkan promosi dari mulut ke mulut oleh para alumninya. Promosi jarang dilakukan oleh JCC sebab JCC memiliki *agency modeling* yang dapat menjadi sumber pemasukan perusahaan dan *event – event* tahunan yaitu *Elite Model Look Contest*.
- Dari hasil kuisioner, pada skala pengenalan, sebanyak 27 orang alumni (54%) menjawab sedikit mengetahui. Jawaban sedikit mengetahui adalah jawaban yang terbanyak. Mayoritas (52% dari 50 orang alumni) mendapatkan pengetahuan tentang JCC dari teman/saudara yang telah mengikuti kursus di JCC.
- Dari hasil kuisioner skala kesukaan, 50 orang alumni JCC rata- rata menjawab cukup suka dengan John Casablancas *Modeling and Career Center.*
- Dari hasil kuisioner skala kesukaan, sebanyak 90% (45 orang) dari 50 orang alumni menjawab cukup setuju dan sangat setuju untuk merekomendasikan JCC kepada teman – teman / saudaranya karena mereka merasakan banyak manfaat yang didapatkan setelah selesai mengikuti pelatihan di John Casablancas *Modeling and Career Center*.

- Hubungan antara *variable independent* (skala kesukaan) dengan *variable dependent* (tindak lanjut perekomendasian) adalah lemah. Tindak lanjut perekomendasian JCC oleh para alumni hanya 10,1% dipengaruhi oleh skala kesukaan, sisanya 89,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti : lulusan JCC banyak yang sukses di bidang *modeling* dan bidang pekerjaan lainnya, fasilitas yang diberikan JCC sepadan dengan biaya kursus, dan John Casablancas memiliki *image* yang baik (ada kerjasama dengan *Elite* di luar negeri).

5.2 Saran

- PT. Putri Pertiwi Mandiri disarankan untuk sering mempromosikan John Casablancas *Modeling and Career Center* melalui media cetak terutama dalam hal fasilitator yang profesional, kurikulum, keunggulan dan sosialisasi lokasi barunya, misal : memasang *billboard* di tempat – tempat strategis, iklan di majalah remaja dan dewasa (contoh: majalah Gadis, *Cosmogirl*, *Seventeen*, *Go girl*, *Cosmopolitan*), iklan di surat kabar.
- PT. Putri Pertiwi Mandiri dapat mencoba untuk melakukan promosi langsung John Casablancas *Modeling and Career Center* (JCC) ke SMA – SMA dan Universitas – universitas yang ada di Jakarta secara berkala dengan menghadirkan lulusannya yang telah sukses di dunia *modeling* maupun bidang karir lainnya. Kehadiran lulusan yang telah sukses dapat meningkatkan kredibilitas JCC sebagai lembaga pendidikan yang handal.

- Acara – acara dan kontes *modeling* diharapkan dapat ditingkatkan frekuensinya dan lebih disosialisasikan melalui media cetak maupun elektronik agar dapat menemukan model – model baru yang berbakat sehingga menambah pendapatan bagi *agency,* sekaligus menjadi salah satu sarana untuk mempublikasikan lembaga pendidikan John Casablancas *Modeling and Career Center* (yang menjadi sponsor acara tersebut) di masyarakat luas.

- Pelayanan jasa pendidikan John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri terutama pada kurikulum *Make – up*, *Fashion*, *Photography*, *Runway* dan *Exercise* yang merupakan kurikulum favorit dari 50 orang alumni JCC, harus dipertahankan. Kurikulum juga ini dapat di *expose* pada iklan (media cetak maupun elektronik) / *billboard* sehingga menjadi lebih menarik dan menampilkan keunggulan JCC.

- PT. Putri Pertiwi Mandiri dapat lebih meningkatkan fasilitas – fasilitas pada John Casablancas *Modeling and Career Center* di lokasi yang baru, terutama yang berhubungan dengan kurikulum untuk memperlancar proses belajar – mengajar dan meningkatkan kesukaan murid – murid terhadap kesebelas kurikulum yang ada secara merata (misalnya : pada kurikulum *Fashion* dilengkapi dengan *mannequin – mannequin* yang dapat digunakan untuk padu – padan busana,mengganti perlengkapan *make-up* secara berkala pada kurikulum *Make-up* , memperbaiki kaca – kaca dan *catwalk* secara berkala pada kurikulum *Runway*, dan lain – lain).

- PT Putri Pertiwi Mandiri dapat menghimbau murid – muridnya terutama alumni, untuk lebih mengkomunikasikan lembaga pendidikan John Casablancas dengan cara "*mouth to mouth*" atau dari mulut ke mulut kepada teman – teman/ saudaranya

terutama dari segi fasilitator yang profesional, kurikulum yang diajarkan serta manfaat yang telah mereka rasakan setelah menjalani masa pelatihan.

- PT. Putri Pertiwi Mandiri harus secara konsisten mempekerjakan fasilitator John Casablancas *Modeling and Career Center* yang profesional dalam industri *modeling* agar kurikulumm yang diberikan memang disampaikan oleh orang – orang yang profesional dalam bidangnya.
- PT. Putri Pertiwi Mandiri dapat lebih meningkatkan komunikasi antara karyawan JCC, fasilitator dan murid – murid, terutama dalam pemberitahuan perubahan jadwal (minimal 1 hari sebelum kursus). Hal ini perlu diperhatikan agar proses belajar mengajar menjadi lebih lancar. Pemberitahuan tersebut juga harus dilakukan oleh pihak JCC kepada seluruh peserta pelatihan yang terkait, jangan hanya memberitahukan ke beberapa anak saja dengan harapan anak tersebut akan meneruskan informasi perubahan jadwal ke teman – teman sekelasnya.
- PT. Putri Pertiwi Mandiri sebaiknya mempertahankan suasana ruang kelas dan *lobby* John Casablancas *Modeling and Career Center* di lokasi barunya sehingga para karyawan, fasilitator dan murid – murid merasa nyaman dalam bekerja maupun mengikuti masa pelatihan.
- PT. Putri Pertiwi Mandiri dapat lebih memberdayakan lembaga pendidikan John Casablancas *Modeling and Career Center* (JCC) dengan mengadakan seminar – seminar yang berhubungan dengan *modeling* / kecantikan dengan menghadirkan pembicara yang ahli dalam bidangnya/sesuai dengan topik seminar tersebut (misalnya : menghadirkan beberapa model sebagai pembicara, mendatangkan penata rambut terkenal sebagai pembicara, mendatangkan *make-up* artist terkenal

sebagai pembicara, dan lain – lain) dan tiketnya dijual bagi masyarakat umum namun jumlahnya tetap dibatasi sesuai dengan kapasitas ruangan yang ada.