

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui wawancara yang telah dilakukan kepada 8 narasumber menghasilkan hasil dari analisis penelitian ini dan menemukan beberapa kesimpulan seperti bagaimana persepsi narasumber terhadap strategi yang dilakukan Line dalam mengenalkan fitur barunya yang bernama find alumni :

1. Setelah dilakukan wawancara kepada 8 narasumber didapat hasil yang menunjukkan bahwa 5 narasumber tidak tertarik dengan mobile drama AADC yang diluncurkan oleh Line, sedangkan 3 narasumber tertarik dengan drama tersebut. Hasil lain yang didapat adalah semua narasumber memakai aplikasi Line, namun untuk pemakaian fitur find alumni hanya satu narasumber yang menggunakan fitur find alumni dengan persepsi narasumber tersebut menggunakan fitur find alumni untuk menghubungi beberapa teman yang sudah kehilangan kontak dengan narasumber, sedangkan 7 narasumber tidak menggunakan fitur tersebut dengan berbagai macam persepsi seperti dua orang narasumber lebih sering menggunakan facebook untuk berhubungan dengan teman lama, sudah mempunyai grup Line sendiri, tidak semua teman-teman narasumber menggunakan aplikasi Line, masih mempunyai contact dan masih berhubungan dengan teman lama, dan tidak ingin berkomunikasi dengan teman lama.
2. Persepsi yang diberikan oleh ketiga kelompok narasumber tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pengalaman, kebutuhan, dan minat/ keinginan. Dimana faktor pengalaman dapat dilihat dari dua sisi yaitu pengalaman terdahulu (masa lalu) dan pengalaman dari teman. Adanya dorongan dari lingkungan sekitar juga menjadi faktor narasumber dalam memberikan persepsi. Selain itu faktor usia juga mempengaruhi persepsi dan keputusan akhir yang diambil oleh seseorang.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dalam menjelaskan bagaimana persepsi milenial kampung cyber, Desa Donokerto dan siswa SMA Negeri 6

Yogyakarta terhadap peluncuran mobile drama AADC sebagai strategi pemasaran Line find alumni. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sulitnya melakukan proses pengambilan data wawancara kepada narasumber penelitian ini yang merupakan masyarakat dan siswa yang merupakan user Line dan tergolong ke dalam kaum milenial. Kendala utama ialah peneliti sulit mencari narasumber dari Desa Donokerto yang merupakan pengguna Line. Peneliti juga mengalami kesulitan mencari narasumber dari kampung cyber yang memenuhi kriteria umur narasumber yaitu 17-25 tahun, dimana mayoritas masyarakat di kampung cyber merupakan narasumber berumur 30 tahun keatas. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada kelompok milenial yang berbeda dimana peneliti harus melakukan wawancara di tiga tempat yang berbeda, sehingga membuat peneliti membutuhkan waktu yang cukup lama dari perencanaan penelitian yang telah direncanakan sebelumnya. Selain itu kurangnya pengetahuan narasumber mengenai m-commerce menjadi penyebab kurang maksimalnya data dan hasil yang didapat. Untuk penelitian selanjutnya yang memiliki tema penelitian yang sama, peneliti menyarankan narasumber yang memiliki wawasan yang lebih luas dan dari tingkat pendidikan yang berbeda.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran kepada:

1. Perusahaan yang Menerapkan Media Internet dan M-commerce sebagai Strategi Pemasaran

- a. Karena beberapa narasumber menyinggung mengenai segmentasi, maka peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan dan menargetkan segmentasi umur secara lebih rinci. Hal tersebut ditujukan supaya produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat maupun user atau konsumen perusahaan tersebut.

2. Penelitian selanjutnya

- a. Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang akan mengambil penelitian mengenai persepsi *user* terhadap strategi pemasaran untuk mengambil

penerapan strategi pemasaran yang lain. Serta subjek penelitian yang lebih variatif dari latar belakang pendidikan dan sosial yang berbeda dan lebih beragam.

- b. Bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih sempurna. Seperti pada saat pengambilan data penelitian, peneliti harus memberikan pertanyaan dan mendapatkan jawaban yang lebih baik dan lebih terperinci.

