

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya komunikasi pemasaran yang di gunakan oleh CV. Putra Mina sampai saat ini menggunakan media social yaitu Instagram. Instagram pada CV. Putra Mina memiliki beberapa fungsi sarana komunikasi pemasaran yaitu:

a. Strategi Informasi

Dalam komunikasi pemasaran, penyampaian informasi merupakan hal yang penting. Informasi dalam komunikasi disebut juga sebagai pesan (*message*), dalam menyampaikan pesan, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu:

1. Pola Pesan

Strategi penyampaian pesan dalam proses pemasaran yang terpenting adalah penetapan cara terbaik untuk mengkomunikasikan pokok pesan yang akan disampaikan kepada sasaran (konsumen/pelanggan), terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membentuk pola pesan yaitu:

- a) Kemudahan dalam menarik kesimpulan: pesan harus lugas dan ekplisit
- b) Pesan berisi tunggal atau ganda: pesan tunggal adalah pesan yang disampaikan hanya berisi pandangan satu sisi, misal

hanya sisi positifnya saja, sedangkan pesan ganda menyampaikan pandangan dua sisi, positif dan negative atau kelebihan dan kekurangan yang ditawarkan

c) Tatanan presentasi : mengatur materi dan alur presentasi, menggunakan pokok-pokok pesan awal dapat memberikan gambaran kepada konsumen atas apa yang akan diterima

2. Media Penyampaian

Instagram memiliki beberapa fasilitas untuk menyampaikan pesan kepada followernya, dapat melalui *insta story*, postingan di Instagram, *ig tv*, *image tagging*, dan lain-lain. Fasilitas tersebut akan digunakan secara berkala dan terencana, misalnya dengan cara 2 kali sehari mengirimkan informasi produk melalui *insta story* dan posting di Instagram melalui akun CV. Putra Mina dan menggunakan bantuan *selebgram* untuk menunjang ketertarikan terhadap pelanggan.

3. Mengatur Penyampaian Pesan

Mengatur frekuensi penyampaian pesan melalui media yang disediakan oleh Instagram harus dilakukan secara berkala dan terencana, berikut ini adalah cara yang harus dilakukan agar penyampaian pesan kepada konsumen/pelanggan:

- a) Judul atau subyek harus menarik,
- b) Lebih baik dikirim secara personal, bukan massal agar tidak dianggap spam,

- c) Dibuat pesan sesingkat dan sejasal mungkin
- d) Selalu diakhiri dengan memberikan kontak,
- e) Dilakukan penjadwalan dan frekuensi pengiriman pesan atau iklan secara berkala.

b. Merancang promosi

Promosi dilakukan agar dapat berkomunikasi dan mempengaruhi pelanggan untuk menerima produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan merancang promosi dengan berbagai cara seperti:

a) Periklanan

Periklanan dilakukan dengan cara menyampaikan pesan kepada konsumen berupa informasi mengenai produk dalam bentuk gambar maupun deskripsi produk yang akan diposting melalui *insta story* dan posting pada akun Instagram.

b) Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan dengan membuat agenda promo khusus dalam masa tertentu secara berkala, misalnya menjelang lebaran membuat agenda pemasaran diskon hingga 50%, atau dalam rangka tahun baru dengan memberikan hadiah langsung berupa produk lain, dana tau

adanya promo *buy 1 get 1* yang di informasikan melalui *insta story* pada akun Instagram.

c) Publisitas Penjualan Individu

Publisitas penjualan individu atau personal selling adalah menjual secara langsung kepada masing-masing konsumen, ini dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan konsumen, baik dengan cara mengirim pesan, melakukan obrolan, ataupun dengan membuat video pendek terkait produk melalui *ig tv* dan promosi yang dilakukan pada *insta story* pada akun selebgram.

a. Berikut ini beberapa kendala yang dihadapi oleh CV. Putra Mina yaitu:

- a) Kendala pertama masih digunakan promosi secara langsung
- b) Kedua promosi menggunakan teknik Instagram marketing tidak dijalankan secara rutin
- c) Ketiga masih terhambatnya proses Implementasi Instagram

marketing dikarenakan perlu penyesuaian teknik promosi dari langsung menjadi tidak langsung (Instagram Marketing).

b. Berikut ini cara penyelesaian (Problem Solving) yang harus dilakukan yaitu:

- a) Yang pertama, perlunya admin sosial media agar promosi dilakukan setiap waktu

b) Yang kedua, perlunya pemilihan selebgram agar menarik banyak follower dan peminat terhadap produk yang dijual.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas yang diperoleh penulis pada pelaksanaan magang di CV. Putra Mina penulis memberikan saran yang mungkin dapat memperbaiki kendala yang dihadapi oleh CV. Putra Mina sebagai berikut:

1. Perlunya admin sosial media khususnya di platform Instagram karena yang saya lihat saat melaksanakan magang sosial media Instagram merupakan platform yang mudah digapai terkait perolehan informasi, lalu Instgram dapat memberikan informasi kepada publik dan perkembangan Instagram CV. Putra Mina terhadap publik banyaknya antusias untuk mencari informasi yang dapat dilihat dari total pengikut, maka dari itu penulis menyarankan adanya admin Instagram agar dapat dikelola semaksimal mungkin.
2. Perlunya pemilihan selebgram agar menarik banyak follower dan peminat terhadap produk yang dijual.