

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti bahas mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* PT. Indosat, Tbk Melalui Kegiatan Mobil Toko, maka peneliti dapat membuat simpulan sebagai berikut :

1. Mengenai Identifikasi Target Khalayak dari kegiatan Mobil Toko memiliki segmentasi yang luas seperti remaja, ibu rumah tangga, pegawai pabrik, eksekutif muda hingga kalangan professional. Dari setiap target khalayak tersebut akan memiliki lokasi-lokasi yang berbeda untuk lokasi kegiatan Mobil Toko. Dalam menentukan target sasarannya itu dilakukan oleh divisi *marketing communication* Dalam menentukan target khalayak divisi *marketing communication* memiliki hasil riset dan survey yang sudah dilakukan sebelumnya. Tujuannya agar Mobil Toko tidak bentrok dengan outlet-outlet di sekitar lokasi tersebut.
2. Mengenai Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan Mobil Toko adalah untuk beralasan, selain itu kegiatan Mobil Toko juga dapat digunakan untuk promosi, dan *branding* produk IM3 Ooredoo dan mengingatkan masyarakat bahwa sekarang Indosat telah menjadi Indosat Ooredoo. Penentuan tujuan dari kegiatan Mobil Toko berdasarkan kepada riset dan survey yang dimiliki oleh divisi *marketing communication* dimana setiap harinya Mobil Toko memiliki target yang harus dicapai. Untuk waktu ditentukannya tujuan kegiatan Mobil Toko ini sama seperti penentuan target sasaran khalayak

dimana persiapannya dilakukan dari jauh-jauh hari. Mobil Toko merupakan terobosan terbaru Indosat dalam melakukan promosi.

3. Mengenai penyusunan pesan Dalam kegiatan Mobil Toko yang menyusun dan menentukan isi pesan merupakan divisi *marketing communication* mereka menentukan isi pesan pada saat *briefing* harian yang kemudian. Isi pesan mengenai promo-promo terbaru dan menjelaskan mengenai program indosat lainnya. Bentuk penyampaian pesan yang digunakan adalah informatif dan persuasif Isi pesan dapat mengalami perubahan seperti promo-promo yang dapat berubah setiap waktunya. Dan yang menyampaikan isi pesan kepada pengunjung adalah *Sales Promotion Girl/Sales Promotion Boy*.
4. Mengenai Komitmen, yang terlibat dalam kegiatan Mobil Toko ini terdapat *Runner* sebagai penanggung jawab Mobil Toko yang dapat juga merangkap sebagai *driver*, kemudian terdapat *Sales Promotion Girl/Sales Promotion Boy* yang bertugas melakukan advokasi untuk menarik perhatian pengunjung yang juga bertugas dalam menyampaikan promo-promo dan melakukan penjualan kemudian *staff* dari divisi *marketing communication* yang bertugas sebagai pengontrol jalannya kegiatan Mobil Toko. Lokasi pemilihan kegiatan Mobil Toko dipilih berdasarkan hasil riset yang dimiliki oleh divisi *marketing communication*.

Durasi beroperasinya kegiatan Mobil Toko kurang lebih selama delapan jam dimulai dari pukul sepuluh pagi sedangkan saat bulan Ramadhan dimulai pada pukul dua. Kegiatan Mobil Toko yang dilakukan setiap hari ini tidak

beroperasi apabila sedang tidak ada *staff* karena sedang mengurus *event-event* lain yang lebih besar.

5. Mengenai Media Komunikasi yang digunakan pada kegiatan Mobil Toko adalah media visual seperti brosur, dan flyer, kemudian ada media audio, seperti mic, *loudspeaker*/pengeras suara, *sound system* dan audio visual, seperti TV, DVD Player. Alasan dari penggunaan media tersebut dikarenakan Indosat sudah mulai *go-digital* dalam kegiatan promosi sehingga Media visual seperti brosur dan flyer udah mulai diminimalkan. Meskipun dalam pelaksanaannya belum maksimal.
6. Mengenai Rencana Komunikasi, Lokasi dalam kegiatan Mobil Toko ini berdasarkan hasil riset dan survey yang dimiliki oleh perusahaan, lokasi berganti-ganti setiap harinya mengikuti target yang ingin dicapai, apabila untuk target remaja, lokasi Mobil Toko akan berada di sekitar sekolah atau kampus, untuk target dewasa seperti ibu rumah tangga berada di sekitar perumahan, dan untuk target secara umum akan berada di tempat keramaian seperti pasar dan lokasi car free day. Perubahan tampilan pada Mobil Toko adalah *repaint* atau cat ulang mengenai materi promo yang berada di badan Mobil Toko di ganti dengan promo terbaru yang berlaku merupakan sebagai bagian dari rencana komunikasi visual. Sedangkan kriteria yang harus dimiliki oleh *staff* Mobil Toko adalah memiliki mobilitas tinggi dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Cara penyampain pesan pada kegiatan Mobil Toko ini adalah dengan komunikasi secara langsung namun dapat dibantu dengan media yang tersedia seperti brosur untuk

memudahkan penyampaian informasi kepada pengunjung. Sedangkan cara penyampaian media seperti mic, pengeras suara dan sound system merupakan media untuk membantu proses komunikasi secara langsung, untuk media seperti TV, DVD Player dan sound system merupakan media yang digunakan secara bersamaan untuk memutar iklan-iklan produk dan promo Indosat.

7. Mengenai evaluasi kegiatan Mobil Toko ini dilakukan setiap hari saat *briefing* tepatnya di pagi hari oleh staff divisi *marketing communication*, durasi evaluasi setiap harinya tidak tentu bergantung kepada hal yang didiskusikan. Evaluasi positif dari kegiatan Mobil Toko ini selalu sesuai ekspektasi dan mencapai target. Sedangkan hasil evaluasi negatif adalah seperti faktor cuaca seperti hujan dan perizinan tempat yang menjadi kendala pada kegiatan Mobil Toko ini. Hasil evaluasi keseluruhan dari kegiatan Mobil Toko ini adalah meningkatnya penjualan produk IM3 Ooredoo dikalangan masyarakat Kota Bandung.
8. Strategi Komunikasi berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan Mobil Toko yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication* PT. Indosat, Tbk memiliki hasil yang positif sehingga dapat meningkatkan penjualan produk IM3 Ooredoo di kalangan masyarakat Kota Bandung, meskipun ada beberapa kekurangan dalam media yang digunakan.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, tentu peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

5.2.1 Saran untuk PT. Indosat, Tbk.

1. Perlu adanya penambahan unit Mobil Toko untuk dapat memaksimalkan kegiatan Mobil Toko tersebut agar setiap unit dapat memperoleh target yang lebih banyak dalam satu hari. Perlu adanya pertimbangan yang lebih matang mengenai lokasi pemilihan tempat yang lebih luas agar pengunjung merasa nyaman dan seluruh media yang terdapat pada Mobil Toko dapat digunakan secara maksimal.
2. Meskipun penggunaan pengeras suara tidak memungkinkan untuk digunakan pada lokasi yang sempit dan ramai, penggunaan seperangkat alat *audio visual* seperti TV, DVD Player dan *sound system* harap dimaksimalkan agar promosi produk bisa di lihat dan di dengar untuk menarik pengunjung.
3. Peninjauan lapangan diharapkan telah dilakukan sebelum kegiatan berlangsung dengan detail dan terperinci mengenai kesiapan, agar tidak ada *miss komunikasi* berkaitan perihal izin untuk lahan tempat lokasi Mobil Toko, sehingga kegiatan Mobil Toko dapat berjalan dengan lancar dan sesuai yang diinginkan.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Bagi yang melakukan penelitian di perusahaan alangkah baiknya mempersiapkan dan melengkapi persyaratan yang diajukan perusahaan jauh sebelum waktu penelitian hal ini menghindarkan peneliti dari mepetnya waktu sehingga waktu penelitian tersebut dapat dimaksimalkan dengan seefisien mungkin.
2. Selalu berperilaku ramah, santun dan menghargai semua orang yang ada di perusahaan saat penelitian sedang dilakukan agar kelancaran penelitian tetap terjaga dengan baik.
3. Berpakaian rapi dan sopan usahakan menggunakan pakaian berkerah, serta bisa menempatkan diri dan mudah bersosialisasi untuk menjaga citra UNIKOM di mata perusahaan selama masa penelitian dilakukan.
4. Bila melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dilapangan selalu meminta izin dan kesedian informan atau pihak yang berwenang terlebih dahulu agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan kurang nyaman saat kegiatan penelitian berlangsung.