BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti bahas mengenai "Strategi Komunikasi Pemasaran Kenalsapa.com Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Kota Bandung", maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam meningkatkan *brand awareness* di Kota Bandung bertujuan untuk menjalin kolaborasi dengan beberapa pihak terkait terutama di pemerintahan, membangun *image* positif perusahaan, memberikan wawasan bagi kaum milenial dan UMKM, memberikan pelatihan bisnis dan pembinaan gratis, memajukan milenial kreatif dan UMKM untuk mengembangkan bisnis, dan mendorong Kenalsapa.com menjadi Go Internasional. Kenalsapa.com mempunyai program-program bersinergi dengan pemerintah dengan non profit sehingga itu menaikan *brand awareness* dari Kenalsapa.com dan bisa diterima dikalangan masyarakat. Kenalsapa.com membuat suatu *event* yang berkolaborasi dengan beberapa dinas-dinas terkait di Jawa Barat baik itu Dinas yang secara pemerintahan ataupun Dinas secara non-profit yang nantinya dapat menguntungkan seluruh pihak.
2. Sasaran pemasaran yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam meningkatkan *brand awareness* di Kota Bandung yaitu dalam menargetkan sasaran pemasaran sudah tepat karena yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam mentargetkan sasaran pemasaran seperti mengidetifikasi kebutuhan

konsumen, mengelompokan konsumen kedalam segmen yang homogen berdasarkan kebutuhan dan seleksi pasar. Kenalsapa.com ingin mendobrak pasar untuk menjadi perusahaan layanan jasa terbesar yang mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

3. Pesan pemasaran yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam meningkatkan *brand awareness* di Kota Bandung yaitu perancangan pesan pemasaran Kenalsapa.com dapat dilihat dan dimengerti dari proses penyampaian pesan yang dilakukan Kenalsapa.com. Dalam mendeliver pesan memang ada sedikit kendala dikarenakan masa pandemic seperti sekarang ini tetapi Kenalsapa.com tetap berupaya untuk memberikan layanan terbaik dan berusaha agar informasinya mudah dipahami juga diterima dengan baik oleh *member* Kenalsapa.com dan masyarakat umum.
4. Media pemasaran yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam meningkatkan *brand awareness* di Kota Bandung yaitu tentunya sangat berperan penting dalam penyebaran informasi kepada staf, *member* dan masyarakat umum. Dengan menggunakan menggunakan media cetak, elektronik, media digital dan media sosial agar mempermudah berjalannya komunikasi yang efektif contohnya dalam menyebarkan informasi sangat efektif dan mudah dipahami walaupun ada beberapa kendala tetapi media yang digunakan Kenalsapa.com sangat berguna sekali untuk meningkatkan *brand awareness* secara perlahan di kalangan masyarakat khususnya di Kota Bandung lalu dengan meggunakan media juga bisa menjadikan Kenalsapa.com lebih unggul dan mampu bersaing dengan penyedia jasa yang serupa lainnya.

Kenalsapa masih menggunakan media cetak seperti spanduk, banner , baliho dan lainnya karena masih efektif digunakan pada saat branding maupun dalam menyampaikan informasi tentang Kenalsapa.com. Lalu media elektronik yang digunakan oleh Kenalsapa.com yaitu Televisi dan radio. Media sosial yang digunakan Kenalsapa.com yaitu Facebook, Intagram, Twitter dan Whatsapp. Melalui media yang digunakan, Kenalsapa.com bisa menyebarkan informasi dengan mudah kepada masyarakat terkait program-program yang sedang diselenggarakan.

Strategi Komunikasi Pemasaran Kenalsapa.Com Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Kota Bandung memanfaatkan tujuan pemasaran, sasaran pemasaran, pesan pemasaran dan media pemasaran yang ada untuk mendukung berjalannya program-program yang sudah direncanakan. Kenalsapa.com saat ini sudah menjadi perusahaan layanan jasa *crowdsourcing*, it dan *industry* kreatif yang mampu bersaing dengan *competitor* lainnya dan sudah banyak menjalin bekerja sama dengan beberapa pihak perusahaan. Dalam beberapa bulan terakhir target yang dituju oleh kenalsapa.com sudah 50% tercapai melalui strategi pemasaran yang direncanakan walaupun masih ada beberapa kendala yang masih harus diperbaiki. Selain itu Kenalsapa.com juga bisa memberikan wawasan bagi kaum milenial dan UMKM, memberikan pelatihan dan pembinaan bermanfaat , memberikan pelayanan terbaik yang dibutuhkan agar memuaskan para UMKM ataupun Milenial Kreatif dan bisa menjadi wadah lapangan pekerjaan bagi para milenial kreatif seluruh Indonesia khususnya di Kota Bandung . Kenalsapa.com memiliki target sasaran yang tentunya ditujukan untuk para pelaku usaha dan

milenial kreatif dengan cara menyebarkan informasi atau promosi melalui berbagai macam media yang diterapkan didalam program atau *event* rutin yang diselenggarakan Kenalsapa.com.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan peneliti ini semoga yang dapat menjadi acuan atau manfaat untuk kelangsungan program-program dan perencanaan yang dilakukan oleh Kenalsapa.com dalam meningkatkan *Brand Awareness* di Kota Bandung dan untuk para peneliti selanjutnya sebagai berikut:

5.2.1 Saran Untuk Kenalsapa.com

Adapun saran dari peneliti untuk Kenalsapa.com, diharapkan dengan adanya saran ini bisa bermanfaat untuk kelancaran Kenalsapa.com sebagai berikut:

1. Diharapkan Kenalsapa.com lebih menggali beberapa media sosial yang belum digunakan oleh Kenalsapa.com seperti live streaming shopee yang dapat digunakan untuk meningkatkan *Brand Awareness* masyarakat di Kota Bandung. Dengan menggunakan media sosial seperti banyaknya aplikasi live yang bisa membantu Kenalsapa.com branding dengan cepat , Kenalsapa.com masih menggunakan media sosial yang umum digunakan masyarakat.
2. Adanya kendala pada sistem *website* Kenalsapa.com yang *error* dan masih harus diperbaiki karena Kenalsapa.com adalah perusahaan *start up* yang menjadi faktor utama timbulnya kendala tersebut menjadikan persiapan yang masih belum matang. Peneliti menyarankan Kenalsapa.com bisa

menghandle kendala tersebut agar program dan perencanaan yang dituju itu tercapai dengan baik.

3. Diharapkan Kenalsapa.com bisa lebih sering menyebarkan informasi melalui whatsapp dan media yang umum karena masih banyak masyarakat yang tidak bisa menggunakan aplikasi seperti twitter , instagram , *email* dan *website.*

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran dan *Brand Awareness* yaitu

1. Para peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa mengkaji lebih banyak sumber serta referensi yang terkait dengan strategi komunikasi pemasaran maupun *Brand Awareness* agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap. Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk sebagai bahan perbandingan dan refensi untuk penelitian.
2. Para peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperpanjang periode penelitian dan menambah informan penelitian yang akan memberikan hasil yang lebih baik dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran.