

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV yang telah dijadikan subfokus yang menjelaskan mengenai Peranan Marketing Media Sosial PT Pos Indonesia dalam mempromosikan Aplikasi POS GIRO MOBILE Untuk Menarik Minat Followers, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Strategi PT Pos Indonesia (PERSERO) dalam mempromosikan Aplikasi POS GIRO MOBILE dengan cara menentukan terlebih dahulu target sasaran yang akan dituju. Target sasaran yang utama yaitu kalangan milenial yang pada saat ini melakukan semua kegiatannya melalui gadget pribadinya. Sarana promosi yang digunakan media sosial instagram, twitter dan juga youtube.
2. Proses PT Pos Indonesia (PERSERO) dalam mempromosikan Aplikasi POS GIRO MOBILE ialah PT Pos Indonesia dengan mengkomunikasikan antara pihak perusahaan terutama divisi Marketing Communication dengan konsumen. Komunikasinya menggunakan komunikasi yang persuasive agar dapat menarik minat konsumen. Selain itu divisi Marketing Communication juga bekerja sama dengan tim Sosial Media Marketing agar dapat dikenal oleh masyarakat luas melalui media sosial dalam mempromosikan produk

terbarunya. PT Pos Indonesia (PERSERO) juga mengadakan event promosi POS GIRO MOBILE agar perusahaan dapat berkomunikasi langsung kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui secara langsung kelebihan dari produk terbaru ini. Twitter, dan juga youtube digunakan juga. Podcast sangat digemari oleh masyarakat luas terutama dikalangan milenial. Dengan berbagai media sosial yang digunakan Instagram menjadi media sosial utama yang digunakan dalam mempromosikan Aplikasi POS GIRO MOBILE. Selain itu pula Instagram menjadi acuan bagi PT Pos Indonesia (PERSERO) untuk memantau perkembangan POS GIRO MOBILE.

3. Pesan PT Pos Indonesia (PERSERO) ialah menginginkan kemudahan yang didapatkan konsumen dan memberikan image baru kepada konsumen bahwa PT Pos Indonesia (PERSERO) sudah mengikuti perkembangan dan berinovasi sehingga konsumen dapat terus menggunakan layanan-layanan yang tersedia di PT Pos Indonesia (PERSERO). Pihak konsumen juga menyatakan bahwa media sosial Instagram PT Pos Indonesia (PERSERO) sudah memberikan informasi menarik sehingga konsumen dapat melihat perkembangan yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (PERSERO) dan mengetahui aplikasi POS GIRO MOBILE.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, pada bab penutup ini peneliti memberikan saran-saran sesuai dengan hasil penelitian dalam skripsi ini.

5.2.1 Saran bagi PT Pos Indonesia (PERSERO)

1. Sebaiknya kegiatan promosi lebih dikembangkan dan dimaksimalkan. Tidak hanya di media sosial tetapi juga dapat di promosikan lebih maksimal pada media atau kegiatan *offline*, media *offline* yang digunakan ialah seperti event-event yang mempromosikan lebih detail mengenai manfaat dan keunikan dari Aplikasi POS GIRO MOBILE dengan adanya event-event yang menjelaskan mengenai keunikan serta manfaat dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi POS GIRO MOBILE dan juga agar masyarakat luas dapat mengetahui produk dan layanan-layanan terbaru di PT Pos Indonesia (PERSERO).
2. Sebaiknya promosi di Instagram dapat menggunakan *Brand Ambassador* atau pun *Influencer*. *Brand Ambassador* dapat menarik minat konsumen dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena mudah mengingatnya.
3. Sebaiknya di media sosial Youtube dikembangkan Podcast karena saat ini Podcast sangat digemari oleh masyarakat. Podcast pun dilakukan dengan kekinian agar tidak terlihat kaku, Podcast pun dapat menampilkan Brand Ambassador atau pun Influencer agar masyarakat dapat tertarik untuk

melihat Podcast dan mengetahui informasi mengenai aplikasi POS GIRO MOBILE.

4. Promosi di media sosial terutama di Instagram harus lebih berinovasi melalui postingan dan juga caption yang unik, dengan adanya postingan dan caption yang menarik dapat memberikan ke unikan tersendiri dan dapat terus di ingat oleh masyarakat dan dapat menambah jumlah followers di Media Sosial. Dengan adanya hal tersebut dapat lebih menarik minat konsumen khususnya dalam mempromosikan aplikasi POS GIRO MOBILE ini.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat lebih membahas kegiatan promosi yang dilakukan melalui media *offline* karena dapat lebih menarik minat konsumen secara langsung dan komunikasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
2. Peneliti selanjutnya dapat membahas mengenai kelebihan-kelebihan fitur yang terdapat di aplikasi POS GIRO MOBILE sehingga dapat lebih menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi POS GIRO MOBILE dan layanan-layanan lainnya yang tersedia di PT Pos Indonesia (PERSERO).