

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam Sub Bab ini Peneliti akan menjabarkan Kesimpulan tentang Penelitian yang telah peneliti lakukan, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapannya CV. Djava Vista Wahana menerapkan Tujuan, Sasaran, Pesan, Media, dan Evaluasi untuk meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen.

Berikut ini adalah Kesimpulan Strategi yang digunakan oleh CV. Djava Vista Wahana melalui Instagram dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen adalah sebagai berikut :

1. CV. Djava Vista Wahana melakukan penetapan Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen, Tujuan yang di tetapkan oleh CV. Djava Vista Wahana adalah dengan menarik minat dan ketertarikan followers dan konsumen baru, hal ini di lakukan dengan cara membuat konten – konten yang informatif dan edukatif, konten yang di buat bisa berupa foto atau video, dengan memanfaatkan fitur – fitur di instagram yang ada salah satunya adalah *Feed Instagram*, konten informatif dan edukatif yang di buat adalah hal – hal berbau *tour and travel*, hal ini di dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana untuk menarik minat dan ketertarikan Followers dan Konsumen baru agar mereka mau mencoba untuk menggunakan jasa CV. Djava Vista Wahana.

Tujuan selanjutnya CV. Djava Vista Wahana adalah untuk menginformasikan jasa yang mereka tawarkan, melalui media sosial *Instagram* CV. Djava Vista Wahana berusaha untuk menginformasikan kepada khalayak mengenai jasa – jasa yang di tawarkan, *Instagram* menjadi sarana yang tepat bagi CV. Djava Vista Wahana untuk membuat Portofolio mengenai bukti – bukti bahwa mereka telah melakukan banyak kerja sama atau kegiatan dengan berbagai pihak, hal ini bukan hanya untuk menginformasikan jasa namun bisa menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen kepada CV. Djava Vista Wahana, selanjutnya CV. Djava Vista Wahana juga memanfaatkan fitur yang ada seperti *Instagram Ads*, CV. Djava Vista Wahana ingin menjangkau lebih jauh Konsumennya,

2. CV. Djava Vista Wahana melakukan penetapan Sasaran Komunikasi Pemasaran melalui *Instagram* dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen, terdapat 2 tahap yang di lakukan oleh CV. Djava Vista Wahana dalam menetapkan Sasaran, tahap pertama adalah dengan menetapkan jasa yang akan di tawarkan, jasa yang di tawarkan oleh CV. Djava Vista Wahana adalah layanan *tour and travel*, *gathering*, dan *event planner*. Ketika sudah menetapkan jasa yang di tawarkan tahap selanjutnya adalah menentukan segmentasi pasar dengan melakukan 3 pendekatan yakni dengan pendekatan segmentasi Geografis Demografis, dan Psikografis, setelah menentukan segmentasi pasar, CV. Djava Vista Wahana mulai melakukan identifikasi dengan cara survey ke beberapa individu yang memasuki kriteria target sasaran pasar. Sehingga akhirnya di dapatkan hasil

yang diinginkan. Selain melakukan 2 tahapan di atas CV. Djava Vista Wahana juga memanfaatkan fitur Insight yang ada di mana CV. Djava Vista Wahana bisa melihat, memantau, dan menganalisis performa Instagram CV. Djava Vista Wahana.

3. CV. Djava Vista Wahana melakukan Rancangan Pesan Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen, Rancangan pesan yang dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana adalah Rancangan Pesan dengan menggunakan gaya persuasif /membujuk. Dengan memanfaatkan fitur – fitur yang ada di Instagram seperti Feed Instagram, *Caption Photo*, hingga Reels. Hal ini dilakukan oleh CV, Djava Vista Wahana untuk membujuk para followers dan konsumennya.
4. CV. Djava Vista Wahana melakukan Saluran Media Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen, Saluran Media yang dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana di bagi menjadi 2 saluran yakni komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung. Komunikasi secara langsung dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana dengan memanfaatkan fitur DM (*Direct Message*), sedangkan untuk saluran komunikasi tidak langsung CV. Djava Vista Wahana memanfaatkan fitur *Instastory*, *Feed Instagram*, dan juga Reels.
5. CV. Djava Vista Wahana melakukan Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Meningkatkan *brand awareness* di Kalangan Konsumen, Evaluasi yang dilakukan oleh CV. Djava Vista

Wahana adalah dengan melihat pencapaian perusahaan dengan melakukan pengecekan atau pengendalian, hal ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah berjalan dengan baik atau benar, selanjutnya hal yang dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana adalah dengan men-cek insight *Instagram* untuk melihat performa Instagram CV. Djava Vista Wahana. Dan yang terakhir adalah melakukan analisis terkait tren – tren yang ada, agar CV. Djava Vista bisa tetap *up to date* dan tidak ketinggalan zaman dalam melakukan strategi – strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram.

Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh CV. Djava Vista Wahana dalam meningkatkan *brand awareness* melalui Instagram di kalangan Konsumen sudah dijalankan, dalam penerapannya CV. Djava Vista Wahana menerapkan beberapa tahapan, seperti tujuan, sasaran, rancangan pesan, saluran media, dan evaluasi. Walaupun berjalan dengan cukup baik namun, dalam prosesnya CV. Djava Vista Wahana kerap mendapatkan hambatan – hambatan salah satunya adalah mengikuti tren perkembangan zaman dan daya saing yang tinggi sesama agen *tour and travel* namun, hambatan tersebut sejauh ini dapat di atasi oleh CV. Djava Vista Wahana dengan cara selalu konsisten dan menjaga kualitas dalam menyampaikan informasi – informasi yang di sampaikan.

5.2 Saran

Setelah melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh CV. Djava Vista Wahana, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan CV. Djava Vista Wahana

1. CV. Djava Vista Wahana agar bisa memanfaatkan Media Instagram sebagai upaya untuk meningkatkan strategi komunikasi pemasaran agar para calon konsumen lebih tergugah keinginannya untuk menggunakan dengan CV. Djava Vista Wahana. dengan lebih baik serta interaktif seperti, memperlihatkan *Behind The Scene* para *Crew* yang bertugas agar para calon konsumen tahu mereka akan didampingi oleh siapa.
2. Dalam proses Strategi Komunikasi Pemasaran tentunya akan berjalan dengan sangat baik apabila SDM sesuai dengan apa yang di butuhkan. Di harapkan kedepannya CV. Djava Vista Wahana bisa menambah SDM atau Karyawan lebih banyak lagi sehingga kualitas pelayanan yang di berikan bisa maksimal
3. Di harapkan dalam melakukan Strategi Komunikasi Pemasaran CV. Djava Vist Wahana dapat menerapkan beberapa kegiatan promosi penjualan di Instagram guna lebih menarik perhatian Konsumen atau Followers. Seperti promo-promo paket *tour*, voucher tiket wisata, dan *giveaway* bagi para followersnya yang beruntung.

4. Di harapkan kedepannya CV. Djava Vista Wahana memiliki Divisi Humas yang dapat bertugas dalam membangun relasi dengan pihak – pihak luar seperti media, dan konsumen.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti selanjutnya

Adapun saran – saran bagi Peneliti selanjutnya adalah :

1. Diharapkan Peneliti Selanjutnya dapat lebih semangat dalam menjalankan hal yang bersangkutan dengan akademik, agar nantinya menguasai di bidang yang peneliti jalani.
2. Diharapkan peneliti lebih rajin lagi belajar agar lebih menguasai apa yang sedang diteliti agar mendapatkan pengetahuan serta wawasan yang baru
3. Peneliti diharapkan lebih baik dan lebih teliti dalam melaksanakan observasi agar nantinya apa yang didapatkan bisa sesuai dengan kebutuhan
4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat menjaga selalu Kesehatan fisik serta mental karena Kesehatan dapat mempengaruhi proses penyusunan penelitian skripsi.