

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

##### 1. *Share*

Proses *Share* di Instagram dilatar belakangi oleh berkembangnya *tools* pemasaran seperti media sosial Instagram dengan penggunaan media sosial terbanyak dan target sasaran Floating Market Lembang mayoritas kalangan anak muda yang selalu mencari informasi di media sosial. Dari proses *Share* ini Floating Market Lembang berhasil mempersuasi, mengajak *followers*/calon pengunjung untuk datang ke Floating Market Lembang dengan *memposting* foto dan video, dan merepost foto pengunjung.

##### 2. *Optimize*

Proses *Optimize* dilakukan dengan memberikan informasi lengkap dan tercantum dalam fitu bio akun Instagramnya. Yang kedua, dalam kegiatan perencanaan untuk membagikan konten yang akan disebar divisi pemasaran membuat *timeline schedule* seperti *event* dan *promo* kemudian dibuat *designnya* dan disetujui oleh *owner* lalu disebar melalui akun Instagram Floating Market Lembang.

##### 3. *Manage*

Proses *Manage* yang dilakukan Floating Market Lembang tidak memanfaatkan jasa admin atau *social media dashboard* untuk mengelola

media sosial Instagram dan mempunyai admin *out sourcing* media sosial sendiri sehingga Floating Market Lembang hanya melihat secara manual dari tingkat *followers*, like dan komentar.

#### **4. Engage**

Proses *Engage* melibatkan pelanggan pada akun media sosial Instagram yaitu menyelenggarakan *event* seperti *event family gathering*, diskon pada 17 Agustus kepada pengunjung yang datang. Melakukan *live report* di Instagram

### **5.2 Saran**

#### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

1. Aktif dalam melakukan komunikasi dengan calon konsumen di media sosial seperti membalas pesan atau pertanyaan yang diajukan oleh calon konsumen.
2. Sebaiknya Floating Market Lembang lebih sadar lagi terhadap penggunaan media sosial sebagai media pemasaran atau promosi. Instagram Floating Market Lembang seharusnya memanfaatkan media *tools* seperti *social media dashboards* untuk mengukur dan melacak *realtime conversations* di antara publik.

#### **5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa, diharapkan menguasai lebih dalam mengenai strategi komunikasi pemasaran.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan memiliki rasa ingin tau dan ketertarikan pada bidang yang akan diteliti, hal ini akan mempermudah penelitian.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode dan pendekatan penelitian lainnya mengenai pembahasan serupa yaitu strategi komunikasi pemasaran agar penelitian yang dihasilkan lebih variatif.

