

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V yang merupakan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, Peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang peneliti berikan untuk Adorable Projects dan juga peneliti berikutnya, yaitu:

#### 5.1. Kesimpulan

1. Periklanan pada penelitian ini Adorable Projects menerapkan beberapa cara dengan melalui media sosial dan aktivasi *offline*, memberikan penawaran melalui iklan berbayar (*ads*), melakukan iklan dengan cara melakukan kolaborasi (*cross market*), menentukan penyampaian pesan iklan dengan cara yang bermakna, unik serta dapat dipercaya, serta memberikan informasi, membujuk serta mengingatkan konsumen dengan cara mengunggah iklan secara berulang. Kegiatan periklanan sudah rutin dilakukan oleh Adorable Projects yaitu satu minggu sekali. Kegiatan periklanan yang telah dilakukan Adorable Projects dirasakan langsung oleh para konsumen karena dalam mengiklankan sebuah produk Adorable Projects memberikan informasi yang jelas dan terperinci, sehingga penerapan strategi ini sudah efektif dilakukan karena mendapat respons yang baik dari para konsumen dan *followers*.
2. Promosi Penjualan pada penelitian ini adalah penerapan strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial, *live shopping*, dan aktivasi *offline*

dengan memberikan penawaran khusus berupa *discount, voucher, mystery box, bundling, give away, flash sale* dan *limited times*. Kegiatan promosi penjualan dilakukan sebanyak dua kali dalam satu bulannya, yaitu melalui *campaign* tanggal kembar dan *pay day sale*. Dalam hal ini, konsumen memiliki pengalaman yang baik karena selalu mendapatkan penawaran khusus berupa voucher discount sebesar 20-50%. Hal tersebut membuat konsumen merasa senang karena mendapat produk dengan harga yang murah karena *discount* yang diberikan tetapi mereka mendapatkan produk berkualitas yang tinggi dan tidak diragukan lagi.

3. Hubungan Masyarakat dan Publikasi pada penelitian ini Adorable Projects menerapkannya dengan melakukan penyebaran informasi melalui *live streaming, unggahan insta story, feeds* dan *reels* guna menjaga interaksi dan citra merek Adorable Projects, menjaring konsumen dengan melakukan aktivitas kolaborasi dengan berbagai *brand* lokal Indonesia serta membuat *Campaign* yang bertujuan untuk menarik konsumen dengan nilai tambah dan manfaat yang diberikan. Dalam hal ini, Adorable Projects mendapatkan tanggapan yang baik dari para konsumen karena adanya hubungan interaktif yang dijalani.
4. Penjualan Personal pada penelitian ini Adorable Projects menerapkannya dengan menjalin hubungan interaktif dengan konsumen melalui personal *chatting*. Setiap konsumen yang melakukan pembelian produk selalu yang mendapat 3 tahap interaksi yaitu menyapa, *after sale* mingguan, dan *after sale* bulanan. Dalam hal ini, *customer service* melakukan pendekatan

dengan konsumen dengan mempelajari kebiasaan dan gaya bahasa dari konsumen. Hal tersebut dirasakan langsung oleh para konsumen karena selalu mendapatkan personal *chatting* dari pihak Adorable Projects. *Customer service* Adorable Projects dapat dikatakan memiliki kualitas pelayanan yang baik, karena selalu melayani konsumen secara ramah dan sabar dengan selalu memberikan penjelasan secara *detail* dan jelas, sehingga hal tersebut membuat para konsumen merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh Adorable.

5. Pemasaran Langsung pada penelitian ini Adorable melakukan kegiatan pemasaran melalui *offline event*, *consignment* dan *ware house*. Penyampaian pesan dibuat secara khusus oleh *Key Opinion Leader Influencer* dapat membuat Adorable Projects semakin dikenal oleh pasar secara lebih luas. Dalam penerapannya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Adorable Projects ini dirasakan dengan baik oleh para konsumennya karena dengan melalui *offline event* yang diselenggarakan oleh Adorable dapat membuat konsumen bisa melihat dan merasakan secara langsung produk yang mereka tawarkan. Melalui *offline event* juga, konsumen merasa senang karena Adorable menyediakan *games* mesin capit dan juga *photobooth* gratis pada tenannya, sehingga dalam hal ini citra merek dapat meningkat dengan baik terlebih dengan adanya jangkauan konsumen yang lebih luas.

Pada penelitian ini Adorable Projects telah berhasil menerapkan kegiatan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan citra

merek perusahaanya. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Adorable Projects adalah dengan menerapkan hubungan atau interaksi yang dilakukan dengan konsumen, pengrajin dan para relasi yang telah berlangsung secara baik karena mendapatkan berbagai tanggapan positif dari para konsumen dan *followers*. Adorable Projects juga melakukan berbagai perubahan inovasi dan modifikasi berbagai bentuk penerapan strategi, sehingga dapat terlihat berbeda dengan brand lainnya, sehingga dalam hal ini proses pembentukan citra merek yang dilakukan oleh Adorable Projects telah berjalan tepat karena citra merek yang terus meningkat.

## **5.2. Saran**

Setelah peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh Adorable Projects yaitu sebagai berikut:

### **5.2.1. Saran Bagi Adorable Projects**

1. Adorable Projects diharapkan dapat lebih aktif untuk membuat unggahan atau konten melalui *reels* Instagram, karena algoritma saat ini yang telah beralih pada penggunaan *reels* dibandingkan dengan *feeds*.
2. Dalam mempublikasikan informasi diharapkan agar Adorable Projects lebih konsisten dan dapat memperluas jangkauan penyebaran informasi melalui berbagai *platform* yang digunakan.
3. Adorable Projects diharapkan dapat mengembangkan dan mempertahankan strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakuakn dengan implemtasi pada model bauran periklanan, promosi penjualan,

hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung yang dilakukan melalui media sosial agar dapat menarik perhatian dan menjangkau konsumen secara lebih luas.

4. Adorable Projects diharapkan dapat terus menjaga mempertahankan kegiatan penjualan personal agar interaksi dan hubungan yang dijalin antara Adorable Projects dengan konsumen menjadi lebih erat dan dapat meningkatkan hubungan yang interaktif.
5. Adorable Projects diharapkan dapat terus mengembangkan kegiatan pemasaran langsung dengan memperluas penyediaan *offline event* maupun *offline store* agar konsumen dapat mengetahui Adorable Projects secara langsung.
6. Adorable Projects diharapkan agar dapat terus mempertahankan citra merek yang telah dibangun agar konsumen tetap memiliki kepercayaan yang sama terhadap Adorable Projects sebagai brand lokal Indonesia.

### **5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun saran yang untuk peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk banyak membaca dan mencari referensi mengenai hal yang akan diteliti agar mendapatkan ilmu serta wawasan yang lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya dapat mencari terlebih dahulu informasi terkait objek penelitian sebelum merumuskan judul penelitian.

3. Peneliti selanjutnya dapat lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian baik secara fisik maupun mental.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih bisa mengatur waktu sebaik mungkin agar penelitian dapat berjalan secara maksimal.