

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Produk warmobmilo merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Unsur pemasaran yang masuk ke dalam produk yaitu varian, kemasan, kualitas, dan viral. Warmobmilo memiliki produk dengan beberapa varian untuk dipasarkan, dengan adanya varian Warmobmilo mampu menarik perhatian konsumen dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, selain varian warmobmilo memiliki kemasan (*packaging*) yang berbeda dengan kompetitor lainnya, kemasan warmobmilo menonjolkan nama perusahaan sehingga konsumen mudah mengingat produk Warmobmilo, kualitas produk warmobmilo bisa dikatakan cukup baik sesuai segmentasi pasarnya, selain dengan tiga unsur tersebut, viral menjadikan warmobmilo salah satu perusahaan kuliner yang cukup terkenal pasarnya.
2. Harga warmobmilo merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Unsur pemasaran yang masuk ke dalam harga yaitu terjangkau, dan berkualitas, dengan adanya kualitas dan harga yang terjangkau warmobmilo mampu mempertahankan konsumennya dan mampu bersaing dengan kompetitor lain. Kualitas dan harga yang

terjangkau sesuai segmentasi pasarnya mempengaruhi penjualan produk suatu perusahaan

3. Promosi merupakan inti dari komunikasi pemasaran untuk mengajak konsumen atau mempertahankan konsumen yang sudah ada. Unsur pemasaran yang masuk ke dalam promosi diantaranya media, *challenge* foto, *giveaway*, dan polling. Warmobmilo menggunakan metode *challenge* foto untuk mempromosikan produknya, karena prosesnya yang mudah dan terjangkau oleh perusahaan. *Feedback* yang dapat tidak hanya untuk warmobmilo namun untuk konsumen yang berpartisipasi dalam *challenge* foto. *Feedback* untuk warmob milo yaitu meningkatnya penjualan, dan menjadikan warmobmilo sebagai perusahaan yang dikenal dipasarnya. Selain *challenge* foto, *giveaway* menjadi alat promosi untuk membagikan produknya secara gratis dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. *Giveaway* digunakan warmobmilo dalam mengenalkan produk baru kepada konsumen atau calon konsumen, dan *feedbacknya* sangat baik untuk perusahaan dan konsumen. Polling menjadi tolak ukur warmobmilo dalam kepuasan konsumen mengenai produknya yang dijual, karena dengan polling warmobmilo mendapatkan masukan dan kritik dari konsumen, sehingga warmobmilo bisa terus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Media instagram menjadi media yang digunakan untuk mempromosikan produknya dengan metode *challenge* foto, *giveaway*, ataupun polling.
4. Tempat merupakan aspek yang sangat penting, dengan menggunakan mobil sebagai tempat untuk menjual produk karena sifatnya yang unik, sehingga

menarik perhatian konsumen, dan mobilpun lebih memudahkan warmobmilo dalam mencari tempat yang strategis untuk menjual produknya di kawasan berjalannya kegiatan perekonomian.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran filosofis

Secara filosofis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi pengembangan konsep ilmu komunikasi khususnya dalam segi komunikasi yang berfokus kepada pemasarannya yang dapat dimanfaatkan bagi kehidupan masyarakat, maka dari itu strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen perlu di kembangkan dan agar dapat bisa memberikan efek yang lebih efektif yang mencakup landasan filosofis, psikologis, serta pengetahuan.

5.2.2 Saran akademis

Hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan terhadap ilmu komunikasi umumnya dan ilmu public relations khususnya mengenai “strategi pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran”

5.2.3 Saran praktis

1. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti, wawasan yang luas serta pengalaman yang berharga bagi peneliti dalam mempraktikkan ilmu yang selama ini diterima secara teori atau secara praktik.

2. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta tambahan wawasan dan dapat dijadikan sebuah literature yang dapat mendukung materi-materi perkuliahan yang mendatang bagi *universitas*, program studi, khususnya untuk mahasiswa atau mahasiswi ilmu komunikasi di konsentrasi *public relation*, dan dapat menjadi sebuah *referensi* untuk penelitian selanjutnya.

3. Perusahaan

Peneliti diharapkan dapat bermanfaat bagi warmobmilo, sebagai bahan evaluasi bersama, serta menjadi motivasi untuk para pelaku usaha kecil menengah dalam memanfaatkan media sosial dalam menjalankan bisnisnya.

5.2.4 Saran Lanjutan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan peneliti lanjutan untuk mahasiswa tingkat akhir dengan mendalami hambatan dalam melakukan komunikasi pemasaran, tidak hanya menggunakan instagram tetapi bisa menggunakan media sosial lainya yang berpengaruh terhadap komunikasi pemasaran.