

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara, observasi, dan analisis data, terbukti bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran di Instagram @rajawalinusindo.id telah mengaplikasikan teori Philip Kotler melalui beberapa indikasi sebagai berikut: Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Pyhsical Evidence.

Hal ini dapat diamati dari hasil observasi yang dilakukan pada setiap tahap. Pertama, Product berfokus pada desain unik dan kualitas tinggi sebagai pembeda produk, dengan penekanan pada keindahan dan daya tahan untuk memberikan pengalaman istimewa dibandingkan pesain sejenis. Kedua, Price terdapat kebijakan harga diskon yang dikomunikasikan melalui Instagram, dan pengambilan keputusan harga yang responsif terhadap perilaku konsumen yang diidentifikasi melalui interaksi di platform tersebut. Ketiga, Promotion melibatkan penggunaan fitur-fitur kreatif di Instagram seperti Reels, Stories dan Live, dengan fokus pada konten menarik dan relevan untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Keempat, Place strategi distribusi lebih difokuskan pada penjualan daring melalui situs web resmi, dengan produk eksklusif yang dapat dipesan secara langsung melalui platform online untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. Kelima, People tim pemasaran berperan penting dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan. Kolaborasi dengan

influencer terkenal dan merek lain menjadi bagian strategis untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Keenam, Proses proses perencanaan konten sangat terfokus untuk memastikan pesan pemasaran sesuai dengan tujuan kesadaran dan nilai merek. Singkatnya, pengumpulan umpan aktif terbuka di Instagram Stories. Ketujuh, Physical Evidence pemanfaatan bukti fisik dalam bentuk testimoni konsumen, sertifikasi produk, dan penghargaan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keunggulan produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT Rajawali Nusindo beserta seluruh pegawainya sudah menjalankan tugasnya dengan baik selama ini. Namun demikian, sosialisasi kepada masyarakat Indonesia mengenai pentingnya pengelolaan media sosial perlu ditingkatkan lagi agar masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mengakses informasi yang ada di Instagram @rajawalinusindo.id. Dalam hal ini, peneliti menyarankan membuat akun media sosial yaitu Tiktok karena membuat konten dalam platform tersebut bisa secepatnya FYP (For You Page) dari pada platform media sosial lainnya.
2. Perlu dilakukan peningkatan efektivitas komunikasi pemasaran pada akun Instagram @rajawalinusindo.id dapat melibatkan strategi peningkatan interaktivitas dengan audiens. Dianjurkan untuk memanfaatkan fitur-fitur

seperti Instagram Stories dan Reels untuk menyampaikan informasi secara mendalam. Penggunaan hastag yang relevan dapat meningkatkan jangkauan, sementara kolaborasi dengan influencer dapat memperluas audiens. Hal ini termasuk evaluasi reguler kinerja, tingkat keterlibatan dan pertumbuhan pengikut.

