

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan judul “strategi komunikasi pemasaran jasa komunitas tiga dewa pada akun Instagram @tigadewaadventureindonesia yaitu strategi komunikasi pemasaran jasa tiga dewa melalui Instagram sangat baik untuk meningkatkan penggunaan jasa tiga dewa. Dengan aktif di Instagram, tiga dewa dapat membangun kepercayaan *followers* untuk bisa menggunakan jasa tiga dewa dengan setiap postingan dari Instagram @tigadewaadventureindonesia yaitu menyebarkan setiap kegiatan dan pelayanan yang disediakan. Selain itu, tiga dewa juga sudah memaksimalkan penerapan bauran pemasaran 7P.

Hal ini terbukti dari setiap konsep bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik sudah diterapkan dengan baik oleh tiga dewa adventure Indonesia. Contohnya untuk produk: tiga dewa menjadi *one biggest trip in Indonesia*. Untuk harga, tiga dewa masih bisa dijangkau oleh semua kalangan dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Untuk tempat, Instagram tiga dewa menjadi acuan bagi komunitas serupa yang ingin bergerak di bisnis jasa khususnya pendakian. Untuk promosi, tiga dewa adventure Indonesia melakukan variasi promosi yang menarik dengan cara diskon untuk alumni dan *buy 10 get 1*.

Selanjutnya untuk orang/pelaku usaha, tiga dewa memiliki anggota yang responsif serta berpengalaman dalam hal pendakian gunung yang dapat membuat pelanggan merasa aman ketika melakukan pendakian. Untuk proses, tiga dewa juga melakukan dengan baik seperti melakukan *survey* ke lokasi pembuatan konten, dan dalam proses administrasi juga baik dengan admin yang responsif. Untuk bukti fisik, tiga dewa memiliki beberapa kantor atau *basecamp*, kemudian lokasi meeting point yang strategis, logo yang menarik, dan seragam. Kualitas postingan di Instagram juga sudah tinggi. Selain itu, Bauran promosi yang digunakan tiga dewa seperti iklan, kehumasan, penjualan

personal, penjualan langsung, dan promosi penjualan juga di terapkan dengan baik oleh tiga dewa seperti

1. Iklan: Tiga dewa membuat iklan berupa konten dengan kolaborasi bersama *influencer* yang hobi dengan kegiatan *outdoor*, hal ini dilakukan agar *followers* tiga dewa bisa tertarik untuk melakukan pendakian
2. Kehumasan: Tiga dewa melibatkan pengikutnya di Instagram dengan memberikan *challenge* postingan di Instagram tentang kesan dan pesan selama mendaki bersama tiga dewa
3. Penjualan Personal: *personal selling* yang dilakukan oleh tiga dewa berupa ucapan dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh anggota tiga dewa ataupun peserta yang sudah melakukan pendakian. Mereka akan menceritakan tentang tiga dewa atau secara tidak langsung mempromosikan tiga dewa.
4. Penjualan Langsung: *direct marketing* dari tiga dewa dengan memanfaatkan postingan di *feeds* dan fitur *direct message* untuk memberikan informasi seputar pendakian ataupun penawaran terbaru.
5. Promosi penjualan: Tiga Dewa Adventure Indonesia menghadirkan promosi menarik dengan beragam varian diskon. Kami menawarkan potongan harga khusus untuk alumni serta promo “Buy 10 Get 1” yang menguntungkan. Selain itu, peserta yang telah mendaki lebih dari tiga kali bersama Tiga Dewa akan mendapatkan diskon tambahan sepuluh persen.

Pembuatan konten di Instagram @tigadewaadventureindonesia juga dilakukan dengan totalitas sehingga menghasilkan visual yang estetik. Gambar atau video yang di posting juga ber kualitas tinggi yang menghadirkan kegiatan pendakian dan pengalaman seru dari kegiatan *open trip* tiga dewa. Hal tersebut menarik perhatian bagi para pengguna Instagram, khususnya yang memiliki hobi *outdoor*. Fitur yang ada di Instagram seperti Instagram *story*, *caption*, *Direct message*, dan lain-lain juga digunakan dengan baik oleh komunitas tiga dewa. Fitur-fitur tersebut digunakan untuk membangun hubungan yang dekat

dengan pengikut tiga dewa di Instagram sehingga dapat terjalin komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap tiga dewa adventure Indonesia serta menambah antusias pengguna Instagram terhadap pendakian gunung. Testimoni dari peserta yang menggunakan jasa tiga dewa juga sangat berperan penting untuk meningkatkan kepercayaan peserta baru yang belum pernah menggunakan jasa tiga dewa. Testimoni yang diberikan tiga dewa yaitu melakukan *repost* di Instagram *Story* dari pendakian oleh peserta lain yang diunggah di Instagram mereka. Dengan menampilkan keberhasilan pendakian dan pengalaman yang seru, akan meningkatkan daya tarik dalam strategi pemasaran.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti telah mendapatkan informasi terkait strategi pemasaran komunitas tiga dewa pada akun Instagram @tigadewaadventureindonesia. Peneliti juga sudah menarik kesimpulan dari penelitian ini. Untuk saran, peneliti ingin memberikan beberapa saran dan masukan yaitu:

1. Tiga dewa Adventure Indonesia harus meningkatkan strategi komunikasi pemasarannya di Instagram supaya untuk orang yang baru mengenal dunia pendakian tidak merasa ragu untuk mendaki.
2. Tiga dewa meningkatkan variasi promosi agar para pelanggan dari tiga dewa bisa terus menerus menggunakan jasa tiga dewa
3. Tiga dewa mengundang beberapa *influencer* dalam setiap pendakian supaya menambah motivasi peserta dalam mendaki gunung.
4. Lebih memaksimalkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti *caption*, dan kolom komentar.