BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran PT Tri Sinergy Solution melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi COVID-19,Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

PT Tri Sinergy Solution menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19, melalu penggunaan fitur-fitur yang ada di dalam instagram,dan menggunakan elemen komunikasi pemasaran yaitu Komunikator, Komunikator, Pesan, Media, Hambatan, Tujuan , Umpan Balik dan Produk.dan juga menggunakan unsur dalam Bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik.

Bentuk komunikasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Tri Sinergy Solution adalah dengan memanfaatkan fitur-fitur dalam instagram dan juga menggunakan unsur-unsur komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran. yaitu PT Tri Sinergy Solution, komunikator adalah pengguna media digital dan juga sponsor dari perusahaan lain seperti KOMINFO dan pesan BNPB yang terkait dalam postingan letak dan ukuran bilboard atau videotron milik

PT Tri Sinergy Solution, pendukung yang digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran adalah Instagram, kendala yang dihadapi PT Tri Sinergy Solution dalam melakukan komunikasi pemasaran. Jika Anda ingin memposting di Instagram, Anda sering mengalami masalah koneksi ke Internet. , sehingga akan terjadi delay saat upload ke instagram, tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Tri Sinergy Solution adalah pengguna media digital lainnya, serta berbagai penyedia dari perusahaan lain yang terlibat dalam periklanan, adalah *feedback* yang diterima oleh PT Tri Sinergy Solution yang disampaikan melalui kolom komentar di Instagram, kemudian dijawab oleh admin Instagram PT Tri Sinergy Solution, yang diterima PT Tri Sinergy Solution dalah pesan yang di sampaikan melalui kolom komentar instagram nya yang kemudian di respon oleh admin instagram PT Tri Sinergy Solution,produk yang di berikan oleh PT Tri Sinergy Solution beragam mulai dari bilboard dan juga vidiotron di dalam postingannya juga di jelaskan mengenai lokasi nya dimana,ukurannya berapa,dan juga trafic di jalan seberapa banyak sehingga calon konsumennya mengetahui secara detail mengenai produk dari PT Tri Sinergy Solution.

Hambatan komunikasi pemasaran melalui Instagram, seperti: hambatan koneksi internet yang tidak stabil, mengganggu aktivitas unggah postingan Instagram, bahkan beberapa orang hanya melihat postingan Instagram tanpa membaca postingan yang disediakan oleh PT Tri Sinergy Solution.

Adapun faktor pendukung PT Tri Sinergy Solution dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram adalah:

a. Banyaknya fitur Instagram memudahkan dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran, seperti: *Hashtag* yang memungkinkan orang menemukan apa yang mereka inginkan dengan lebih mudah.

b. Tempat billboard dan titik videotron milik PT Tri Sinergy Solution yang letaknya sangat strategis sehingga lebih mudah menarik perhatian konsumen untuk menjangkau dengan PT Tri Sinergy Solution.

c. Penggunaan kamera yang benar untuk menangkap gambar reklame dan videotron agar gambar yang dihasilkan bagus dan tidak rusak sehingga konsumen sasaran dapat melihat dengan jelas postingan produk di Instagram PT Tri Sinergy Solution.

UNIVERSITAS NASIONAL

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

PT Tri Sinergy Solution belum maksimal dalam komunikasi pemasaran melalui Instagram karena postingan masih kurang informasi seperti: tidak ada harga dalam postingan, apalagi Instagram PT Tri Sinergy Solution menggunakan akun baru yang tidak memiliki banyak pengikut. seperti perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama ,sehingga respon yang didapat dalam akun instagram yang baru masih sedikit, PT Tri Sinergy Solution harus lebih efisien lagi menggunakan instagram karena kedepannya pasti kemajuan teknologi semakin maju sehingga PT Tri Sinergy Solution harus berkembang dalam melakukan komunikasi pemasarannya melalui instagram.

Dan juga diharapkan PT Tri Sinergy Solution akan lebih memanfaatkan media sosial lainnya seperti *YouTube, Twitter* dan lain-lain.diharapkan PT Tri Sinergy Solution mengaktifkan kembali akun Tiktok sebagai sarana komunikasi pemasaran melalui media sosial karena penulis telah melihat akun Tiktok tersebut. Kurang aktif oleh PT Tri Sinergy Solution yang dapat digunakan lebih untuk kegiatan komunikasi pemasaran. dan juga untuk seluruh *staff* PT Tri Sinergy Solution agar lebih rajin dalam bekerja dan juga lebih sukses di masa depan.

Diharapkan agar PT Tri Sinergy Solution untuk lebih maju dalam bidang periklanan ini, walaupun masih baru di bidang ini, PT Tri Sinergy

Solution dapat bersaing dengan perusahaan besar lainnya dan juga kualitas billboard atau videotron yang mereka tidak kalah. untuk perusahaan besar yang sudah eksis lebih dari PT.Tri Synergy Solutions.

Diharapkan kedepannya agar postingan yang ada di instagram PT Tri Sinergy Solution di cantumkan nominal harga dari produk yang ditawarkan agar target konsumen lebih mudah dalam menentukan pilihan nya untuk bekerjasama atau tidak dengan PT Tri Sinergy Solution.

UNIVERSITAS NASIONAL