

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran Uncle's Kitchen dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2016-2017 yaitu :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Uncle's Kitchen melalui media sosial Instagram sudah tepat dilakukan melalui beberapa hal untuk mendukung pemasaran yang mereka laksanakan agar sesuai dengan tujuan yang sudah mereka rencanakan. Terdapat beberapa elemen yang ada dalam sebuah strategi komunikasi pemasaran yaitu analisis situasi, menentukan *target audiens*, tujuan komunikasi, perencanaan pesan, menentukan anggaran, dan mengukur hasil. Namun dalam pelaksanaan masih ada beberapa kekurangan dalam beberapa elemen.
2. Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Uncle's Kitchen melalui Instagram bertujuan untuk memberikan informasi yang kepada *target audiens* khususnya mahasiswa dan pekerja kantoran mengenai produk-produk yang ditawarkan dan kegiatan lain yang dilakukan melalui Instagram agar meningkatkan jumlah pelanggan dan menaikkan *omzet* perusahaan.

3. Dalam pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh Uncle's Kitchen melalui media sosial Instagram antara lain dengan memberikan kegiatan melalui Instagram seperti *giveawayuncle*, *go to 10k followers*, dan *party decoration* Uncle's Kitchen. Melalui Instagram juga memanfaatkan publisitas dengan memanfaatkan testimoni yang diberikan oleh konsumen dalam menarik pelanggan baru. Dalam hal promosi penjualan, yaitu dengan memberikan potongan harga dan diunggah melalui Instagram. Media Instagram ini dipilih karena sesuai dengan *target audiens* yang dituju dan fitur-fitur dapat mendukung kegiatan pemasaran yang dilaksanakan.
4. Dalam mengukur hasil yang dilakukan oleh Uncle's Kitchen adalah dengan melihat target penjualan setiap bulannya. Tujuan kegiatan tersebut adalah untuk mengetahui sudah tercapai belum serta mengetahui kekurangan supaya pemasaran yang dilakukan selanjutnya bisa lebih baik lagi.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Penambahan frekuensi penggunaan di media sosial yang lain seperti Facebook dan Twitter disamakan dengan Instagram, guna memperluas kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan.

2. Disediakan admin khusus akun Instagram, sehingga postingan Uncle's Kitchen terjadwal teratur dan rapi misalnya sehari 1-3 kali dengan tema postingan yang berbeda.
3. Dalam mengukur hasil promosi dari kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan sebaiknya dengan, membuat kuesioner yang diajukan pada pelanggan mengenai konten kepuasan pelanggan yang diinfokan melalui Instagram atau secara langsung kepada pelanggan sehingga dapat mengetahui kekurangan yang dilakukan oleh Uncle's Kitchen.
4. Menetapkan jumlah anggaran misalnya 10% dari penjualan, dapat digunakan di setiap media promosi dan menyiapkan anggaran yang mungkin akan muncul tak terduga dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada pelaksanaannya.