

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan yang peneliti lakukan pada pembahasan sebelumnya terkait Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Kubiku Melalui *Instagram* Di Era Pandemi Covid 19, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini. Adapun sebagai berikut :

1. Didalam startegi komunikasi pemasaran *digital* tersebut Kubiku menjalankan 3 bagian tersebut secara nyata. Pada bagian *earned media* terdapat beberapa kegiatan seperti *share*, *mentions*, *repost* dan *reviews* yang bertujuan untuk memberikan konten berupa informasi produk, pelayanan hingga *spot* unggulan di Kubiku tanpa modal biaya untuk *customers* yang mengikuti *Instagram* Kubiku. Pada bagian *own media* terdapat kegiatan strategi digital marketing melalui *social media channel*, yaitu suatu kegiatan suatu strategi digital marketing dilakukan melalui *Social Media Channel* atau dalam arti lain suatu strategi digital marketing yang dilakukan melalui suatu perantara dengan tujuan menjadi jembatan penghubung antara Kubiku dengan *followers Instagram* Kubiku. Pada bagian *paid media* terdapat kegiatan berbayar yang terbagi menjadi 3 jenis yaitu *paid influencers*, *paid content promotion*, dan *social media ADS* yang didalamnya terdapat tujuan menjadikan media berbayar untuk mempromosikan produk dan pelayanan Kubiku dalam meningkatkan minat *customers* agar berkunjung dan membeli produk yang perjualkan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan secara rinci, maka peneliti ingin memberikan saran yang dapat berguna dan juga bermanfaat serta dapat memberikan motivasi bagi para peneliti selanjutnya dan juga bagi

Kubiku *coffee*. Adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan Kubiku dapat memperluas cangkupan pemasaran digital marketing melalui media sosial yang lainnya seperti *facebook*, Tik Tok dan media lainnya. Dalam arti tidak hanya berfokus pada satu platform media sosial saja.
2. Lebih *update* dan aktif lagi dalam mengelola *social media Instagram*, seperti pengelolaan waktu postingan yang disusun dan direncanakan agar lebih terlihat aktif di pandangan *customers* yang mengikuti *Instagram* Kubiku.
3. Diharapkan pihak Kubiku *coffee* mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produk, pelayanan hingga fasilitas yang disediakan untuk setiap *customers* yang berkunjung, untuk memberikan kenyamanan secara langsung.