

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh kesimpulan dari analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Viar Motor Indonesia sebagai berikut :

- Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Viar Motor Indonesia meliputi empat tahap yaitu, strategi penentuan khalayak sasaran, strategi pesan, strategi pemilihan media, dan strategi anggaran.
- Terdapat dua poin dalam strategi pesan yang digunakan Viar Motor Indonesia yaitu isi informasi komunikasi dan bentuk kreatif pesan.
- Strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Viar Motor Indonesia yaitu menjalankan program diskon kolaborasi, mengadakan lomba *video competition*, melakukan pendekatan dengan *followers* dengan mengadakan *giveaway*, dan menjalankan *Instagram ads*.
- Terdapat Model SOSTAC yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, dan control*.
- Terlihat bahwa tahapan *strategy, tactics, dan action* yang dilakukan Viar sudah berhasil. Hal ini terlihat bahwa tahap *strategy* Viar Motor Indonesia sudah memiliki target audiens yang sesuai dengan produk otomotif yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Viar Motor Indonesia berdasarkan permintaan pasar sendiri. Pada tahap *tactics* Viar Motor Indonesia melakukan taktik dengan adanya strategi pesan. Dalam strategi pesan, Viar menggunakan strategi pesan kreatif yang dapat membuat *followers* Viar mengalami ketertarikan akan konten yang diunggah. Pada tahap *action* dilakukan untuk mengaplikasikan rencana dari kerangka kerja pemasaran digital. Pada tahapan ini Viar Motor Indonesia menjalankan empat

strategi komunikasi pemasaran digital. Tahapan tersebut dilakukan demi terciptanya strategi komunikasi pemasaran yang tepat.

- Pada tahap control dalam Model SOSTAC, Viar terlihat lemah atau belum cukup berhasil dikarenakan ada konten-konten yang diunggah namun belum dapat dimengerti oleh audiens.

## **5.2 Saran**

Penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran digital Viar Motor Indonesia ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi seluruh pihak, baik secara akademis maupun teoritis dengan penjabaran sebagai berikut :

### **5.2.1 Saran Praktis**

Disarankan agar peneliti selanjutnya bisa lebih melihat lamanya waktu penelitian dan bisa lebih mendalami wawancara dengan para informan. Kendala yang dialami penulis saat melakukan penelitian adalah mengenai lamanya waktu penelitian.

### **5.2.2 Saran Teoritis**

Saran kepada penulis selanjutnya yang ingin meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran digital dapat menekankan pada media digital yang digunakan. Selain itu dapat juga menggunakan perspektif kajian ilmu komunikasi lainnya, seperti *computer mediated communication* untuk meningkatkan digitalisasi.