

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN melalui media sosial Instagram, penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Bank BTN di Instagram sudah tepat untuk mendukung pemasaran agar sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran Bank BTN di Instagram sesuai dengan konsep AISAS yang dikembangkan oleh Dentsu, yang meliputi strategi untuk menarik perhatian target pasar, mengembangkan ketertarikan target pasar hingga melakukan proses pencarian, menarik target pasar untuk menggunakan atau bertransaksi menggunakan Bank BTN, hingga terjadinya penyebaran informasi oleh nasabah.

Bank BTN dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di Instagram antara lain dengan memiliki *design template* agar setiap unggahannya memiliki ciri khas. Bank BTN juga menggunakan Instagram *Ads* untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya *followers*. Bank BTN membuat konten kuis, edukasi, dan promo untuk mengikat *followers*-nya, juga menggunakan tagar untuk mempermudah audiens mencari informasi mengenai Bank BTN. Komunikasi pemasaran Bank BTN didukung oleh audiens yang menyebarkan informasi atau menjadi sumber informasi bagi orang sekitar. Bank BTN kurang aktif dalam mengunggah konten di *Insta story* dan masih fokus terhadap konten feeds. Bank BTN dalam melakukan komunikasi pemasaran di Instagram responsif dalam membalas komentar, tetapi kurang responsif dalam merespon keluhan via DM. Selain itu, Bank BTN juga kekurangan Sumber Daya Manusia khusus untuk mengelola Instagram @bankbtn.

Dari penerapan konsep AISAS dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan Bank BTN di Instagram, disimpulkan bahwa dari kelima konsep AISAS ditemukan bahwa kebanyakan dari konsep tersebut terpenuhi dengan terjadinya berbagai peningkatan seperti tingkat ketertarikan konsumen, jumlah followers yang

meningkat, hingga tingkat interaksi akun instagram yang berdampak pada *awareness* maupun akuisisi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran Bank BTN melalui media sosial Instagram, maka peneliti memberikan saran dan masukan berupa praktis dan teoritis sebagai bahan evaluasi serta bacaan bagi pembaca dan peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan kepada Bank BTN untuk meningkatkan pelayanannya dengan lebih memanfaatkan teknologi *digital* atau menyediakan layanan *digital* agar nasabah lebih mudah untuk menyampaikan keluhan.
2. Merekrut tenaga kerja yang mahir di media sosial untuk mengoperasikan kegiatan komunikasi pemasaran di Instagram @bankbtn.
3. Lebih aktif untuk berinteraksi dengan audiens melalui fitur Instagram *story*.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dapat melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan konsep AISAS.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya meneliti strategi komunikasi pemasaran Bank BTN di Instagram dengan menggunakan metode lain.