

BAB VI PENUTUP

VI.1 Simpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah hasil penelitian diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan terhadap strategi komunikasi kacang kulit garuda. Berdasarkan rumusan masalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan kacang kulit garuda di sosial media tiktok sudah dilakukan dengan tepat setelah melalui beberapa hal yang mendukung pemasaran yang dilakukan agar sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan. Terdapat bermacam-macam elemen yang ada dalam strategi komunikasi pemasaran salah satunya adalah menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P Product, Price, Promotion dan Place yang sudah dilakukan secara baik oleh kacang kulit garuda.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh kacang kulit garuda melalui sosial media tiktok untuk kalangan gen z seperti melakukan kolaborasi dengan KOL ternama yang banyak diikuti oleh kalangan gen z untuk menari konsumen baru terutama kalangan gen z. Dipilihnya strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media tiktok ini juga bukan tanpa alasan, melainkan untuk menarik perhatian dari kalangan gen z yang dimana user sosial media tiktok kebanyakan adalah gen z.

VI.2 Keterbatasan

Dalam melakukan pelaksanaan kegiatan penelitian, peneliti mempunyai kendala dan keterbatasan, diantaranya yaitu:

Bahan referensi yang minim untuk penelitian yang dilakukan sebelumnya, terutama penelitian yang sejenis. Hal tersebut tentunya sedikit menyulitkan peneliti untuk mendapatkan beberapa referensi tambahan selama penelitian berlangsung.

Hambatan dan beberapa keterbatasan dalam menghubungi pihak-pihak informan, baik pihak internal maupun eksternal. Peneliti juga tidak bisa menjangkau pihak internal secara keseluruhan diakrenakan kesibukan aktivitas pekerjaan.

VI.3 Saran

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan keilmuan dan menjadi bahan rujukan bagi akademisi ataupun penelitian selanjutnya yang ingin meneliti menggunakan judul yang mirip dengan penelitian ini. Peneliti

berharap dengan adanya penelitian ini dapat menghasilkan karya tulis ilmiah lainnya.

Saat ini, seluruh pelaku usaha semakin banyak menggunakan strategi pemasaran secara digital, oleh karena itu kepada PT Garudafood agar menjalankan strategi komunikasi pemasarannya lebih memperhatikan lagi terhadap kondisi Masyarakat pada saat ini.