

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Di Gagasmedia Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk *Brand Image*, yaitu :

1. GagasMedia berdiri pada tahun 2003 dengan segmentasi buku populer untuk kalangan remaja.
2. Berbagai hal dilakukan oleh tim promosi GagasMedia dalam menjalankan fungsi dan tugasnya di perusahaan, mulai dari kegiatan promosi *offline* maupun *online*. Tentunya dalam menjalankan fungsi dan tugas, tim promosi GagasMedia tidak bekerja sendiri, namun berperan bersama dengan *Social Media Admin*.
3. Dalam eksekusinya, tim promosi GagasMedia menjalankan strategi komunikasi pemasaran sesuai dengan pembagian *promotional mix* dalam komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*), yaitu *Direct Marketing*, *Sales Promotion*, pemasaran interaktif, dan *Public Relation/Publicity*.
4. GagasMedia menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasarannya.
5. GagasMedia memanfaatkan media sosial Instagram karena melihat peluang dari era digital pada saat ini.
6. Untuk membentuk *brand image*, tim promosi GagasMedia bersama tim melakukan rapat evaluasi rutin dalam waktu yang telah ditentukan. Rapat evaluasi tersebut dilakukan untuk membahas berbagai ide, apa saja kendala yang dihadapi, memikirkan penyelesaian serta melakukan *brainstorming* langkah apa yang akan diambil berikutnya oleh GagasMedia.
7. Tim promosi GagasMedia masih kurang memaksimalkan komunikasi pemasarannya, karena walaupun perlahan memang *brand image* terhadap perusahaan ini

meningkat, dapat dikatakan bahwa dari *range* segmentasinya yang jumlahnya cukup banyak di Jakarta mereka belum dapat merangkul masyarakat sepenuhnya.

## 5.2 Saran

Dari hasil analisa dan kesimpulan diatas mengenai peran Strategi Komunikasi Pemasaran Di Gagasmedia Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk *Brand Image*, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Tim promosi GagasMedia harus terus menjalankan strategi komunikasi pemasarannya lebih baik dan lebih maksimal lagi serta terus membuat inovasi yang menarik sehingga *brand image* akan meningkat dan jumlah pembaca serta *followers* GagasMedia akan bertambah.
2. Membuat perencanaan yang lebih matang lagi dan bersinergi lebih baik dengan *Social Media Admin*, sehingga pergerakan di media sosial GagasMedia akan lebih berkembang pesat. Dimana *Social Media Admin* juga harus meningkatkan kreatifitas dan mungkin memang dari perusahaan harus menambahkan jumlah tenaga kerja di bagian ini agar lebih efisien dan mendapat hasil yang diinginkan demi mencapai tujuan perusahaan.
3. Diharapkan GagasMedia membuat survey secara berkala demi mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan oleh masyarakat, sesuai dengan aspek-aspek yang menjadi bahan evaluasi perusahaan. Sehingga kesalahan yang terjadi atau hal-hal yang kurang sebelumnya tidak terulang kembali dan dapat diperbaiki.