

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab-bab di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Seblak FCK bisa dikatakan sudah menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan menerapkan SOSTAC.

Pada analisis *Situation*, Seblak FCK sudah mengetahui bagaimana situasi lingkungan sekitar dimana ketika situasi pandemi seperti saat ini, perusahaan lebih memilih menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Pada analisis *Objective*, tujuan Seblak FCK adalah memperkenalkan seblak jamur kepada target pasar mereka yaitu remaja dan mahasiswa usia 15-25 tahun serta para pekerja kantor. Adapun tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh Seblak FCK yaitu perusahaan dapat mencapai IPO (*Initial Public Offering*) atau Tbk.

Pada analisis *Strategy*, untuk mencapai tujuannya Seblak FCK memanfaatkan instagram sebagai media promosi yaitu dengan cara memposting foto dan juga memberikan banyak promo menarik bagi konsumen.

Pada analisis *Tactic*, Seblak FCK melakukan perancangan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen yang berupa *caption*, *hashtag*, dan foto yang akan diposting. Selain itu dalam kegiatan pemasaran, Seblak FCK juga menggunakan *endorse* selebgram dan akun-akun dengan banyak pengikut.

Pada analisis *Action*, Seblak FCK menentukan penempatan alur waktu tertentu untuk memposting di instagram sesuai dengan jenis konten. Untuk foto

produk akan diposting pada jam 7 pagi, 11 siang, dan 5 sore, sedangkan apabila berupa promo seperti *giveaway* akan diposting pada pukul 7 malam.

Pada analisis *Controlling*, Seblak FCK mengukur dan mengawasi strategi yang telah dilakukan dengan melihat penghasilan atau omset. Apabila hasil bagus sesuai target maka mereka akan berusaha lebih meningkatkan lagi, sedangkan ketika tidak sesuai target maka tim akan berusaha memperbaiki dan mencari strategi baru. Adapun kendala dalam menjalankan proses pemasaran yaitu ketika adanya akun media sosial yang terblokir.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti mempertimbangkan beberapa saran untuk para pembaca dan peneliti selanjutnya. Adapun beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Seblak FCK agar lebih memahami syarat dan ketentuan dari media sosial ketika akan menyampaikan pesan kepada konsumen agar kedepannya tidak ada lagi akun yang terblokir.
2. Untuk peneliti selanjutnya mengingat penelitian ini sangat terbatas, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat memaparkan lebih detail lagi tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial instagram.