

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, disimpulkan bahwa “*Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Hastag #Bukankueartis Di Akun Twitter @Kaesanggp Untuk Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Cabang Sang Pisang Kota Sidoarjo)*” memberikan ide dan inovasi yang menarik bagi masyarakat yang ingin berwirausaha, dengan menciptakan suatu produk yang unik kemudian dipromosikan dengan menggunakan media sosial, yang sudah kita ketahui semua bahwa kekuatan media sosial sangat besar dan berpengaruh, dalam memperluas pengenalan produk dan meningkatkan penjualan produk kita di masyarakat.

Penggunaan #BukanKueArtis menjadi umpan Kaesang yang ditujukan kepada masyarakat, pengguna media sosial twitter (*followers*). Kaesang menggunakan *hashtag* tersebut pada saat awal promosi mengenai produknya. Kemudian lama kelamaan menjadi suatu ciri khas tersendiri, *followers* dan *customer basenya* lah yang berperan untuk menyebarluaskan. Semakin hari *hashtag* yang pertama digunakan Kesang, sekarang menjadi daya tarik pengikutnya supaya mendapatkan *repost* pada saat mengunggah produk yang dibeli dari Sang Pisang, dan menyebabkan masyarakat/pengikutnya untuk melakukan pembelian produk Sang Pisang, kemudian diunggah dengan

menggunakan #BukanKueArtis dan juga menandai akun @Kaesangp, supaya mereka mendapatkan *repost* dari Kaesang.

Dengan menggunakan strategi yang kreatif dan inovatif menjadikan media komunikasi pemasaran menjadi lebih efektif, menjadikan suatu jaminan tersendiri dalam membuat peluang dan mempertahankan usaha yang sedang dijalankan, supaya tetap eksis ditengah banyaknya produk-produk yang semakin marak di masyarakat, khususnya bagi kalangan geenerasi muda yang *instagramable*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis dan simpulan di atas, maka penulis dapat sampaikan beberapa saran:

1. Supaya tetap dipertahankan hubungan timbal balik yang baik antara *followers* dengan admin maupun dengan Kaesang saat berinteraksi di media sosial. Tetap meretweet unggahan masyarakat yang menyertakan #BukanKueArtis agar tetap menjadi ciri khas dari produk Sang pisang dan tetap mempertahankan kepercayaan masyarakat atas utasan yang di *retweet*.
2. Penguatan terhadap *brand* supaya tidak mudah tergerus oleh perkembangan zaman, dikarenakan setiap waktu akan bermunculan produk-produk baru yang mudah menarik perhatian masyarakat dan menyebabkan loyalitas pelanggan berkurang.