



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yg dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan social media oleh Ron's Laboratory memiliki 2 alasan yaitu pertama karena target market Ron's Laboratory yang berusia 18 – 26 tahun merupakan pengguna aktif sosmed. Kedua, untuk menciptakan buzzwords yang didapat dari social media yang bersifat viral.

Tujuan penggunaan sosial media adalah untuk *Brand Association* yang dimana bila orang menyebut *ice cream* molecular gastronomi identik dengan Ron's Laboratory. Sosial media yang digunakan adalah :

1. Facebook karena pengguna facebook yang besar dan lebih mudah melakukan promosi melalui orang yang dikenal terlebih dahulu.
2. Twitter karena dianggap mudah untuk melakukan interaksi dengan para *followers*.
3. Instagram karena dianggap cocok untuk sarana promosi produk Ron's Laboratory yang menggunakan foto *ice cream* dan *coffee* untuk promosinya.

Poin-poin yang dijabarkan Social Media Marketing for Brand Building ternyata perlu diperhatikan dalam membangun Brand. Strategi pemanfaatan sosial media yang dilakukan Ron's Laboratory ternyata sejalan dengan poin-poin yang dijabarkan Social Media Marketing for Brand Building.

Terbukti dalam waktu 6 bulan sejak Ron's Laboratory dibuka dan dimulainya penggunaan sosial media untuk memperkenalkan Ron's Laboratory, penjualan Ron's Laboratory telah dan terus mencapai puncak kapasitas sekitar 10.000 cup per bulan.

Jumlah pengunjung Ron's Laboratory pun terus meningkat seiring meningkatnya follower di sosial media yang digunakan oleh Ron's Laboratory. Peningkatan jumlah follower di Sosial Media ini berdampak langsung kepada peningkatan penjualan

Pemanfaatan sosial media yang tepat terbukti efektif dalam membangun brand yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan.

## **5.2 Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap Pemanfaatan Sosial Media dalam mengkomunikasikan new product branding Ron's Laboratory,

peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi pertimbangan selanjutnya.

### 5.2.1 Praktis

1. Dengan adanya website Ron's Laboratory lebih memudahkan orang untuk mencari tahu tentang Ron's Laboratory sendiri atau mengenai event atau edukasi yg Ron's Laboratory adakan.
2. Memungkinkan penggunaan sosial media baru seperti path dan google plus, supaya memperluas target audiens Ron's Laboratory.

UMMN