



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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan strategi pesan dalam komunikasi pemasaran Shopee Indonesia melalui Instagram. Dari hasil penelitian dan pembahasan, simpulan yang dapat ditarik adalah Strategi pesan digunakan berdasarkan tujuan dari komunikasi pemasarannya. Tujuan tersebut adalah kognitif, afektif, dan konatif. Ketika ingin mencapai tujuan kognitif atau membangun pemahaman pengikut, Shopee paling sering menggunakan *informational strategy*. Dalam mencapai tujuan afektif atau membangun hubungan secara psikologis antara merek dengan publik, Shopee paling sering menggunakan *emotion strategy*. Sedangkan, dalam mendapatkan tujuan konatif atau dorongan untuk bertindak sesuai yang diinginkan merek, Shopee paling sering menggunakan *incentive strategy*.

Dari berbagai strategi pesan, *incentive strategy* yang paling sering digunakan Shopee. Hal ini tepat mengingat Shopee adalah pendatang baru yang perlu mendongkrak transaksi. Kemudian diikuti dengan *emotion strategy*, *informational strategy*, *interactive strategy*, *reminder strategy*, *lifestyle strategy*, *credibility strategy*, *association strategy*, dan *pre-emptive strategy*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

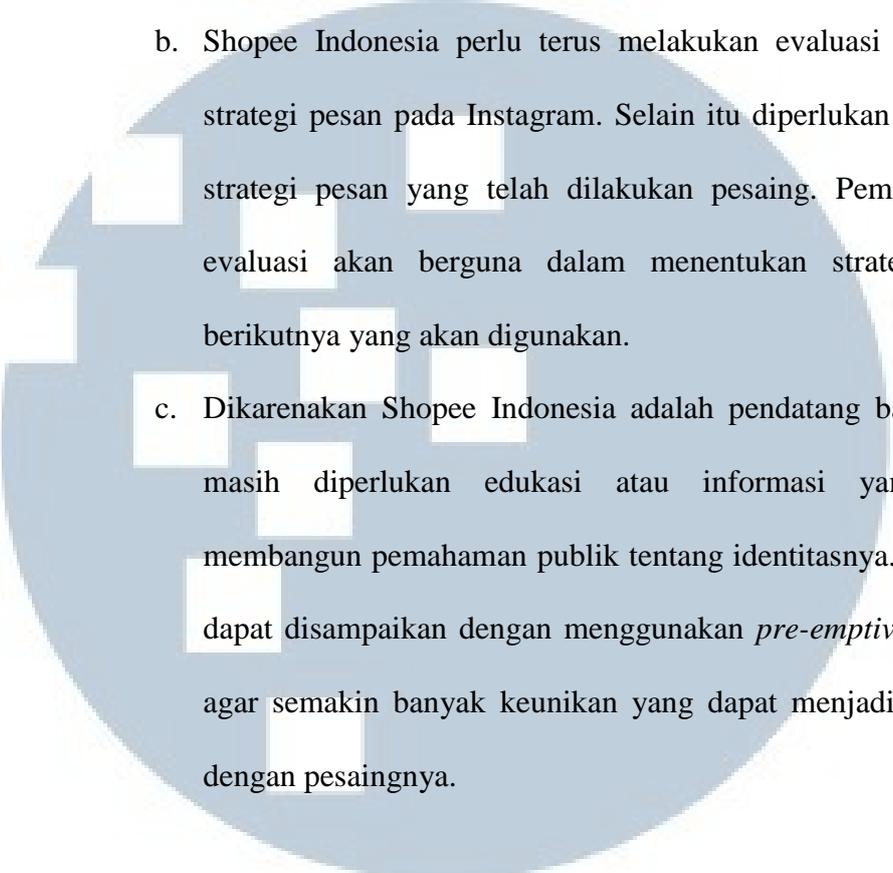
Dalam melakukan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian berikutnya :

- a. Penelitian ini hanya sebatas pada penggunaan strategi-strategi pesan dalam kasus Shopee Indonesia dalam melakukan komunikasi pemasarannya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengukur untuk mengetahui efek dari penggunaan strategi pesan yang dengan melakukan *audience research*.
- b. Selain efeknya, penelitian selanjutnya dapat mengangkat mengenai keterlibatan pengikut Instagram Shopee Indonesia dalam pesan-pesan yang disampaikan.

5.2.2. Saran untuk Shopee Indonesia

Adapun saran yang dapat diberikan untuk Shopee Indonesia dari peneliti, sebagai berikut :

- a. Shopee Indonesia harus bisa melakukan interaksi pada kolom komentar dengan baik. Kolom komentar pada Instagram membuat pengikutnya menjadikan tempat *customer service* sehingga terlihat tidak sedikit keluhan dari pengguna Instagram lain baik penjual maupun pembeli.

- 
- b. Shopee Indonesia perlu terus melakukan evaluasi terhadap strategi pesan pada Instagram. Selain itu diperlukan pemetaan strategi pesan yang telah dilakukan pesaing. Pemetaan dan evaluasi akan berguna dalam menentukan strategi pesan berikutnya yang akan digunakan.
 - c. Dikarenakan Shopee Indonesia adalah pendatang baru, maka masih diperlukan edukasi atau informasi yang dapat membangun pemahaman publik tentang identitasnya. Pesan ini dapat disampaikan dengan menggunakan *pre-emptive strategy* agar semakin banyak keunikan yang dapat menjadi pembeda dengan pesaingnya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA