



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

Suwe Ora Jamu sebagai perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman sejak tahun 2013, terus berusaha untuk menyajikan kualitas yang terbaik pada produknya. Suwe Ora Jamu merupakan perusahaan jasa dengan fokus bisnis yang tergolong unik. Perusahaan ini menyajikan produk ritel dalam bentuk makanan ringan dan minuman herbal melalui jaringan restorannya. Sejak 6 Desember 2013, Suwe Ora Jamu sudah aktif di Instagram untuk mengembangkan *brand image* dan promosi produk, terbukti dari 2.826 konten yang telah diunggah per tanggal 17 Mei 2019 untuk mendukung aktivitas pemasaran. Berbagai upaya juga dilakukan oleh Suwe Ora Jamu agar dapat mencapai tujuannya, salah satunya dengan mengomunikasikan *brand* Suwe Ora Jamu melalui media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan Suwe Ora Jamu untuk melakukan strategi pemasaran berbasis media sosial agar dapat mengembangkan citra merek Suwe Ora Jamu.

Media sosial menjadi saluran komunikasi yang sangat efektif untuk memasarkan produk membangun *engagement* dengan pelanggan sekaligus mengembangkan citra merek perusahaan. Pemanfaatan Instagram oleh Suwe Ora Jamu sudah baik yang diiringi dengan penggunaan *tone* warna yang senada dan informasi yang selalu *update* setiap harinya sehingga dapat mencapai tujuan Suwe

Ora Jamu dalam menggunakan Instagram. Penyajian konten Instagram @suweorajamu28 lebih menunjukkan *hard selling* dengan menyebarkan informasi produk dan konten promosi yang sedang berlangsung. Berdasarkan pengamatan peneliti, konten yang dikemas sudah cukup baik, namun *engagement followers* terhadap akun Instagram @suweorajamu28 belum terlalu tinggi, hal ini terlihat pada setiap postingan yang sedikit jumlah *likes*-nya. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh konten foto atau gambar yang kurang menampilkan foto orang atau pelanggan dari Suwe Ora Jamu, maka diperlukan *A/B testing* untuk konten yang disajikan dengan cara menyajikan dua konten yang berbeda. Pertama, bisa dengan cara menyajikan konsep konten yang hanya menampilkan produk atau cara yang kedua yaitu dengan menampilkan produk beserta interaksi yang sedang terjadi, seperti pembeli ataupun kegiatan yang dilakukan. Selain itu, Suwe Ora Jamu juga dapat memilih *influencer* agar dapat lebih mudah dalam mencapai *target market*-nya, sehingga dapat memaksimalkan *engagement* dengan *followers* atau pengguna Instagram. Selain itu, diharapkan Suwe Ora Jamu juga perlu menyajikan konten yang lebih variatif yang sesuai dengan *target market* Suwe Ora Jamu sehingga dapat mencapai tujuannya dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran akademis yang diberikan kepada para peneliti selanjutnya dan saran praktik yang ingin diberikan kepada Suwe Ora Jamu agar dapat meningkatkan strategi

pemasaran berbasis media sosial dalam mengembangkan citra merek melalui Instagram yang sudah dijalani sampai saat ini, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi pemasaran Suwe Ora Jamu melalui akun Instagram @suweorajamu28 sudah meraih tanggapan positif, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan meneliti faktor yang dapat mengetahui respon terhadap konten yang disajikan melalui Instagram @suweorajamu28. Penelitian lebih lanjut tentunya diperlukan untuk dapat mempertajam pembahasan mengenai media sosial yang dipilih oleh perusahaan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasarannya.

5.2.2 Saran Praktis

Suwe Ora Jamu sebagai perusahaan yang memiliki visi untuk melestarikan jamu dan media sosial yang digunakan sebagai saluran komunikasi diharapkan dapat meningkatkan citra merek Suwe Ora Jamu di mata dan di hati masyarakat. Suwe Ora Jamu dapat melakukan identifikasi terhadap hal yang diinginkan oleh para pelanggannya sehingga dapat membangun dan mengembangkan citra merek Suwe Ora Jamu dengan melakukan pemasaran berbasis media sosial.

Dalam pengelolaan Instagram, Suwe Ora Jamu sudah mengelola Instagram dengan baik dan konsiten terhadap durasi konten dan *tone* yang digunakan menjadi ciri khas yang kuat. Suwe Ora Jamu sebagai usaha yang memiliki fokus dalam menjual jamu ini menjadi suatu keunikan bagi masyarakat Indonesia maupun internasional tetap harus mengoptimalkan

strategi pemasaran berbasis media sosial ini, baik dari segi foto dan *caption* yang menarik serta penggunaan *hashtag* yang dapat memudahkan orang mencari informasi mengenai Suwe Ora Jamu melalui Instagram. Selain itu, diperlukan juga *A/B testing* sehingga dapat memaksimalkan *engagement* dengan *followers* atau pengguna Instagram dengan cara menyajikan dua konten yang berbeda. Pertama, bisa dengan cara menyajikan konsep konten yang hanya menampilkan produk atau cara yang kedua yaitu dengan menampilkan produk beserta interaksi yang sedang terjadi, seperti pembeli ataupun kegiatan yang dilakukan. Selain itu, Suwe Ora Jamu juga dapat memilih *influencer* agar dapat lebih mudah dalam mencapai *target market*-nya.

Selain itu, diharapkan Suwe Ora Jamu dapat melakukan tahap evaluasi secara kuantitatif agar dapat mengetahui angka pasti dari *marketing objectives* yang ingin dicapai.

