

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian ini. Dalam pelaksanaan strategi *marketing* untuk mempromosikan produk, Gramedia melihat perkembangan zaman dan memanfaatkan tren yang ada. Hal ini membuat Gramedia menggunakan media sosial YouTube sebagai sarana untuk berkomunikasi kepada massa dan konten dikemas dalam bentuk *podcast* bertajuk SINOPSIS.

Strategi *marketing* yang Gramedia gunakan pada *podcast* SINOPSIS untuk melakukan promosi produknya adalah *soft selling* dikombinasikan dengan *hard selling*. Namun, secara proporsional Gramedia lebih banyak menggunakan *soft selling* yang penerapannya dilakukan dengan *storytelling* dan *product placement*. Sementara itu, untuk *hard selling* Gramedia menerapkannya dengan *tap in* produk beberapa kali pada satu *episode podcast* SINOPSIS. Strategi *marketing* ini Gramedia pilih berdasarkan riset dan *audience insight* yang telah mereka miliki.

Gramedia juga telah melewati delapan tahapan merancang strategi *marketing* untuk menciptakan *podcast* SINOPSIS. Kedelapan tahapan tersebut secara keseluruhan telah dilakukan oleh Gramedia dalam merancang strategi *marketing podcast* SINOPSIS, tetapi Gramedia tidak terlalu fokus untuk mempromosikan keberadaan *podcast* SINOPSIS. Hal ini terlihat ketika Gramedia hanya menggunakan bauran promosi ketika ada *episode* terbaru saja. Padahal *awareness* tentang keberadaan *podcast* SINOPSIS merupakan hal yang penting untuk diketahui terlebih dahulu oleh masyarakat, agar nantinya mereka dapat tertarik menonton dan kemudian terpapar informasi seputar promosi produk yang menjadi tujuan utama strategi *marketing*.

Disamping itu, berdasarkan delapan *episode podcast* SINOPSIS yang sudah tayang di *channel* YouTube Gramedia, didapati hasil bahwa tujuan dari Gramedia menggunakan *podcast* SINOPSIS sebagai strategi *marketing* untuk melaksanakan

promosi produk sudah tercapai. Hal ini dapat terlihat dari hasil *engagement* dan *impression* yang mengalami peningkatan. Peningkatan ini didukung oleh beberapa *episode* SINOPSIS yang menyumbang *views* terbanyak. Selain itu, *awareness* audiens tentang Gramedia dan buku-buku yang mereka promosikan di masing-masing *episode* SINOPSIS juga berhasil meningkat. Peningkatan ini dilihat melalui *comment* dan interaksi dengan audiens yang memperlihatkan audiens tertarik dengan buku tersebut bahkan tertarik untuk membelinya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran akademis dan saran praktis yang dapat diterapkan untuk penelitian selanjutnya ataupun masyarakat. Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti.

5.2.1 Saran Akademis

Saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya adalah menggunakan objek berbeda selain *podcast* untuk melihat efektivitas dalam kegiatan promosi produk dan meneliti strategi *marketing* yang digunakan perusahaan melalui jenis objek tersebut. Selain itu, saran yang dapat diberikan dari sisi akademis adalah melihat objek pada penelitian ini agar dapat dijadikan sebuah karya, seperti membuat *digital campaign* untuk SINOPSIS.

5.2.2 Saran Praktis

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan Gramedia adalah mempromosikan *podcast* SINOPSIS terlebih dahulu dengan lebih konsisten, tidak hanya ketika ada *episode* terbaru saja. Harapannya ketika *awareness* *podcast* SINOPSIS sendiri sudah banyak diketahui oleh audiens luas baik *followers* maupun di luar *followers* media sosial Gramedia, pada akhirnya mereka dapat menonton *podcast* SINOPSIS dan ketika menontonnya mereka terpapar informasi seputar promosi produk yang merupakan strategi *marketing* utama penggunaan *podcast* SINOPSIS.