

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

JNE menggunakan berbagai strategi media sosial untuk menciptakan awareness terhadap layanan Raket Indonesia. Strategi ini melibatkan pemanfaatan platform media sosial, terutama Instagram, serta kegiatan kolaborasi dan promosi melalui Golaborasi. Raket Indonesia fokus pada *target audience* Generasi Z dan Milenial yang terlibat dalam bisnis, baik yang baru berkembang maupun yang sudah mapan.

Strategi media sosial JNE untuk menciptakan awareness terhadap Raket Indonesia melibatkan berbagai elemen, seperti promo dan kode voucher, Instagram Live, serta kehadiran fisik pada booth Golaborasi. Selain itu, JNE melakukan kolaborasi dengan berbagai brand, termasuk yang sudah dikenal seperti Kopi Kenangan dan Faber Castell, sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness Raket Indonesia.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa JNE mengadopsi pendekatan yang holistik dan beragam dalam strategi media sosial untuk mencapai tujuan menciptakan awareness terhadap layanan Raket Indonesia. Integrasi kegiatan online dan offline, kolaborasi dengan berbagai brand, dan fokus pada target audience yang relevan menjadi bagian integral dari strategi ini.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan *marketing communication* Raket Indonesia dalam memberikan pesan-pesan terkait pengiriman instan dan beberapa promo. Oleh sebab itu, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu perlu untuk melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif, untuk bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi di media sosial terhadap perkembangan Raket Indonesia.

### 5.2.2 Saran Praktis

Setelah melakukan analisis peran media sosial dalam perkembangan *marketing communication* Raket di JNE, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Raket Indonesia:

1. Raket Indonesia dapat menggunakan bahasa yang lebih santai dalam penyampaian pesan, sehingga dapat lebih dekat dengan para audiens dan audiens dapat merasa Raket Indonesia sebagai teman dekat.
2. Dalam menyampaikan pesan, Raket Indonesia perlu rutin mengunggah konten dengan *influencer*, baik melalui fitur post video/foto, *story*, *reels*, Instagram *live* dan fitur lainnya dengan bahasa yang cukup menarik