

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sepatu Kanky (Studi Kasus Kolaborasi dengan Dr.Tirta “*Story Senu*”)” dapat disimpulkan bahwa Sepatu Kanky dapat dinyatakan berhasil untuk menetapkan strategi pada pemasaran kolaborasi sepatu dengan Dr.Tirta. Dimulai dari menggunakan konsep AIDA untuk strategi komunikasi pemasaran produk *Story Senu*. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sepatu Kanky berupa pemaparan informasi edukasi mengenai produk *Story Senu*, pengaplikasian *experiential marketing* dan *word of mouth marketing* dengan melakukan *influencer marketing* untuk pemilihan Dr.Tirta sebagai kolaborator dalam *Story Senu*.

Komunikasi pemasaran dilakukan lewat media sosial, namun masih perlu dikembangkan lagi karena masih memiliki kemungkinan untuk lebih baik dari saat ini. Sepatu Kanky seharusnya masih bisa melakukan pemasaran lewat media sosial dan belajar lebih dari kompetitor ataupun merek dari sepatu *branded* yang mengedepankan *brand identity* sebagai kekuatan dari produk mereka . Namun, sejauh ini Sepatu Kanky sudah melakukan beberapa cara untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran yaitu lewat *campaign*, *endorsement*, berkolaborasi dengan *influencer*, dan terlibat dalam pameran dan *event*.

Sepatu Kanky mengeluarkan kolaborasi dengan Dr.Tirta “*Story Senu*” ini pada saat masyarakat sedang marak dengan *trend* hidup sehat dengan lebih banyak berjalan kaki. Sepatu Kanky mengambil momen itu dengan berkolaborasi bersama *influencer* yang menjunjung tinggi kesehatan dan juga memiliki kesukaan pada bidang sepatu dan membuat sebuah sepatu yang menjadi jawaban untuk konsumen yang ingin mendapatkan sepatu murah dengan kualitas tinggi untuk ikut serta dalam *trend* ini. *Limited stock* membuat masyarakat *FOMO* sehingga mereka semakin memiliki keinginan untuk memiliki produk kolaborasi “*Story Senu*”.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya dan harapannya peneliti selanjutnya mampu melakukan studi kualitatif dengan memilih konsep ataupun objek yang serupa. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mampu menjabarkan dan memberikan riset secara lebih detail dan mendalam, lebih terukur, dan juga lebih komprehensif.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan Sepatu Kanky untuk dapat meningkatkan strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan inovasi ataupun kegiatan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya, mengembangkan program promosi dengan kolaborasi berikutnya, dan juga mempertahankan posisi perusahaan yang sudah efektif

