



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Batik Danar Hadi, sebagai salah satu pelaku industri *Fashion* yang sudah berdiri sejak tahun 1976, mencoba menapaki dunia *digital*. Berkolaborasi dengan Milestone Integrated Marketing Solution, Danar Hadi menggunakan tiga *platform* dalam kampanye digital tersebut, yaitu *Facebook*, *Twitter* serta *Instagram*. Ketiga *platform* tersebut mempunyai fungsi yang berbeda beda namun saling melengkapi. Semua strategi dan taktik dijalankan oleh Milestone Integrated Marketing Solution, dengan pertimbangan dan persetujuan Danar Hadi. Dalam implementasinya, ketiga *social media* ini saling berhubungan antara satu dengan lain dan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari aktivitas *offline*-nya. Taktik ini disesuaikan dengan visi misi serta *objectives* Batik Danar Hadi. Evaluasi dilakukan secara harian, mingguan dengan pengukuran manual, juga beberapa website pengukurang jangkauan.

Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Danar Hadi di kalangan anak muda. Salah satu upaya meningkatkan *brand awareness* ini dilakukan dengan menjalankan strategi *online* MPR sesuai dengan konsep perencanaan strategis model *Whalen 7 Steps* dengan menggunakan taktik online, mengacu pada *The Social Media Plan* dari Scott&Jacka. Berdasarkan studi dokumen, *Facebook* dikatakan sebagai *tools* Danar Hadi yang paling efektif untuk engagement secara general (sapaan, tips & trick, berita *fashion*, forum *comments*),

Twitter lebih bisa menarik massa dengan kuis serta promo dan *Instagram* berhasil menarik massa yang sifatnya gemar melihat foto foto pakaian.

Strategi yang dijalankan adalah *engagement* dengan target pasar dan dengan media. *Engagement* dilakukan melalui *copywriting*, foto, serta optimisasi konten juga *sponsorship wardrobe*. Sedikit disayangkan bahwa Danar Hadi dan agensi belum bisa menemukan identitas dari ketiga media sosial tersebut sehingga penggunaan kata sapaan dan *buzzer* serta KOL masih belum bisa dimaksimalkan dan di dalam Danar Hadi sendiri belum ada divisi internal yang menangani komunikasi digital ini sendiri.

UMMN

Data hasil pengukuran menunjukkan hasil yang positif bahwa Danar Hadi mengalami kenaikan pada jumlah *followers*, *traffic* pengunjung Rumah Batik dan kenaikan *sales* yang cukup signifikan. Dari hasil wawancara didapatkan bahwa Danar Hadi puas akan hasil yang dicapai dari program komunikasi tersebut baik secara *awareness* maupun *revenue*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, maka saran dari penulis diantaranya :

5.2.1 Saran Akademis

Penulis menemukan bahwa Danar Hadi belum memiliki pengukuran kuantitatif terkait *brand awareness* akun *social media*-nya. Maka dari itu, penulis menyarankan agar penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain untuk diteliti secara kuantitatif, khususnya terkait dengan *brand awareness*.

5.2.2 Saran Praktis

Pemanfaatan dan jalannya strategi online MPR ini sudah cukup baik, namun penulis menyarankan agar Danar Hadi dapat lebih fleksibel dalam hal penggunaan bahasa di media sosial dan pemilihan *buzzer*, karena hal tersebut merupakan hal yang penting di media sosial. Masyarakat harus tertarik dan merasa dekat dengan brand sehingga bisa diciptakan *bonding* yang baik dan bertahan lama. Kesan yang ditampilkan Danar Hadi dalam postingan postingannya masih terlihat agak terlalu serius dan lebih cocok atau lebih

mengena bila dibaca oleh masyarakat dengan usia diatas usia target audiens yang sebenarnya

Penulis juga menyarankan adanya perbaikan kordinasi antara organisasi denga agensi, untuk kelancaran komunikasi dan hasil yang lebih maksimal.

