

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan akhir dari penelitian ini juga memberikan saran sebagai bahan pertimbangan penelitian berikutnya yang serupa.

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi data yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian, strategi komunikasi pemasaran dalam penjualan *seafood* melalui instagram dapat disimpulkan bahwa kuliner kepiting melakukan promosi penjualan menggunakan strategi *advertising* atau iklan, *direct selling* atau pemasaran langsung dan *personal selling* atau pemasaran pribadi. *Advertising* atau iklan, merupakan bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor. Iklan merupakan salah satu media promosi yang paling banyak diketahui dan dibahas oleh orang, oleh sebab itu iklan merupakan salah satu media promosi yang cukup penting bagi perusahaan besar yang memiliki target konsumen dengan tujuan masyarakat luas yang dapat menggunakan media sosial. Dalam iklan juga terdapat *flayer* yang terdiri dari foto-foto menu, video konsumen, foto konsumen, Instagram stori tentang menu dan lainnya. Iklan juga adalah sebuah aktivitas yang dibuat sedemikian rupa untuk mempermudah *personal selling* atau penjualan secara langsung. Kegiatan memposting gambar yang dijual dengan menarik yang dilakukan oleh owner dengan memilih gambar yang bagus adalah strategi yang dilakukan oleh owner

untuk merangsang ketertarikan pada produk tersebut dan mendorong untuk membelinya. Strategi komunikasi pemasaran ini juga diterapkan oleh owner tidak hanya dalam membantu kegiatan iklan dan *personal selling* saja akan tetapi juga owner terapkan dengan cara *mengendors* selebgram yang memiliki banyak *followers* agar lebih mengenal kuliner yaitu akun instagram @kulinerkepitng. Strategi kedua yang owner gunakan untuk meningkatkan penjualan yaitu strategi *direct selling*. *Direct selling* merupakan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan jalur komunikasi dan distribusi langsung ke konsumen tanpa perantara guna mendapatkan tanggapan atau tindakan pembelian. Strategi komunikasi pemasaran ini merupakan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan secara langsung di hadapan konsumen. Tujuan utama dari penerapan strategi ini ialah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan pelanggan, lebih tepatnya untuk mengkomunikasikan merek dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pada pelanggan. Strategi komunikasi pemasaran ini digunakan owner kuliner akun instagram @kulinerkepitng untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung di restoran kuliner. Owner menerapkan strategi ini agar pelanggan mencapai kepuasan dan melakukan kegiatan *rebuying* atau membeli ulang karena mendapatkan hasil yang memuaskan dari pelayanan yang diberikan oleh owner. Ketiga adalah strategi komunikasi pemasaran *personal selling* atau pemasaran pribadi. *Personal selling* merupakan pemasaran yang dilakukan secara pribadi antara penjual dan pembeli. Ketiga strategi di atas dilihat dari hasil observasi dan wawancara yang dipaparkan pada bab sebelumnya dimana pelanggan mendapatkan kepuasan dari pelayanan menggunakan fitur yang ada pada aplikasi

instagram itu sendiri dan juga *trust* atau kepercayaan yang dibangun oleh owner lewat promosi owner menggunakan ketiga strategi.

6.2 Saran

Setelah menganalisa dan menyimpulkan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh owner kuliner akun instagram @kulinerkepiting untuk meningkatkan penjualan, maka penulis akan menawarkan beberapa saran. Adapun saran-saran yang dapat ditawarkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi kuliner kepiting

Kiranya semakin menambah menu makanan. Tidak hanya seputar makanan komplit dan lainnya akan tetapi lebih kepada makanan yang penuh akan *seafood* dan sayuran. Kemudian tingkatkan strategi pemasaran yang ada sehingga kuliner kepiting makin dikenal oleh banyak orang.

2. Bagi Almamater

Kiranya semakin mendorong para mahasiswa untuk mencoba hal-hal baru keluar dari zona nyaman untuk memulai menerapkan apa yang sudah dipelajari seperti strategi komunikasi pemasaran ini agar dipraktikkan langsung secara pribadi dan mendapatkan hasil yang baik bagi mahasiswa itu sendiri.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketika ingin melakukan penelitian serupa alangkah baiknya mengambil jenis strategi komunikasi pemasaran lain untuk menjadi indikator bahan penelitian agar menambah pengetahuan mengenai strategi komunikasi pemasaran lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Kiara Media. (1-3). URL: https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf. Diakses 20 Februari 2023. Pukul 20:05 wita.
- Fitriah. 2018. *Komunikasi pemasaran melalui media visual*. Yogyakarta : cv budi utama. 5-6. URL:<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-uZjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=.+Komunikasi+pemasaran+melaui+media+visual&ots=->
- Siyanto, 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Effendy. Onong. 2000. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kotler dan Keller.2012. *Marketing Management Edisi 14, Prentice Hall*. Pearson.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana.
- Kinrear, Thomas C. And James R. Taylor. 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Morissan,2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana
- M, Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: KOBIS
- Murti, Sumarni dan Wahyuni, Salamah. 2005, *Metodologi Penelitian Bisnis*,Edisi 1,penerbit Andi:Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI.2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI.
- Vigih Hery, Vigih Hery. 2018. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wiryanto. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Jurnal :

- Azzahrani. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Volume 2(2):152-154.

- URL:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1061335&val=15903&title=STRATEGI%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20INDONESIA%20DALAM%20PESONA%20INDONESIA%20MELALUI%20YOUTUBE>
- Azzahrani. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Volume 2(2):47-51. URL:<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1061335&val=15903&title=STRATEGI%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20INDONESIA%20DALAM%20PESONA%20INDONESIA%20MELALUI%20YOUTUBE>
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Efran, 2020. Pengembangan game edukasi. *Jurnal pendidikan*. 11(1):7-8.
- Flew. 2002: 11-12. *Bab II Kajian Teoritis. Pengertian Media Sosial*. <http://digilib.unisby.ac.id>. Diakses 29 Januari 2023. Pukul 23:00 wita.
- Hamid Edy. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Volume 12(1), :42-43 <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/1308/04-Edy%20SH1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Klotter, Killer. 2017. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Moderen Pada Batik Burneh*. <http://journal.trunojoyo.ac.id>. Diakses 3 Februari 2023. Pukul 17:00 wita.
- Kusniadji, Suherman. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. <http://jurnal.upkny.ac.id>. Diakses 3 Februari 2023. Pukul 17:20 wita.
- Lagarensen. 2015. Penggunaan Cuka Aren (Arenga Pinnata Merr) Dalam Pengolahan Makanan Seafood: Studi Eksperimen. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* . Vol 2 No (1) URL: <http://jurnal.polimdo.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/42>
- Lengkey Lenny . 2014. Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan minat Pengguna Iklan Di Harian Komentaranado. *journal "Acta Diurna"*. Volume 3(3): 6-9. URL: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/5689/5221>
- Mokalu. 2016. Hubungan teori belajar pendidikan. *jurnal Pendidikan*. 4(1).

Morisan. 2022. Aktifitas komunikasi pemasaran melalui instagram. *Jurnal EMR KITA*.6(1).

Mardiyanto, Doni. 2019. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran*. <http://jurnal.stie-aas.ac.id>. Diakses 4 Februari 2023. Pukul 19:00 wita.

Murdiyanto. 2018. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI SUWUK KABUPATEN KEBUMEN. Volume 17(2): 174-175. URL:<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/629/335>. Diakses 20 Februari 2023. Pukul 18:00 wita.

Marheani. 2009. Pengaruh komunikasi hubungan interpersonal dan lingkungan kerja. *Jurnal informatika*. 8(1)

Setyaningrum. 2015. Pengaruh kualitas produk, citra merek dan penjualan dalam pengambilan keputusan pembelian mie sedap. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 3(1).

Soraya. 2017. Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, Volume 4(2):33-34

Skripsi :

Asyari Khaerunnisa. Penggunaan Instagram Dalam Ekspresi Diri (Fenomena Sosial Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin). UNIVERSITAS HASANUDDIN. 2021:16-17. URL:<http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17559/>

Nevyra Vira. Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi. Sumatera Utara Medan. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2021:29-31

Nasrullah Rulli. Media Social Dari Kedua Aspek. UNIKOM. 2014:39-42. URL:https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3839/8/9.%20UNIKOM_Ayes%20Novaldo_BAB%20II.pdf

Triguna, Bayu. Strategi Komunikasi Pemasaran Ardasym.Co Melalui Media Sosial Instagram di Kota Bandung. Skripsi. Universitas Pasundan Bandung. Bandung. 2018.

Wahyuni . 2019. Penggunaan instagram sebagai media pemasaran online. Universitas pacundan. URL: <http://repository.unpas.ac.id/43884/2/7.%20Bab%20II.pdf>.

Xiao Angeline. Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat. Skripsi. Bandung. . 2018

Link :

[Https://instagram.com/homedia.id](https://instagram.com/homedia.id), diakses 25 Januari 2023

[Https://www.linovhr.com/media-komunikasi/](https://www.linovhr.com/media-komunikasi/) diakses tanggal 17 April 2023

[Https://instagram.com/homedia.id](https://instagram.com/homedia.id), diakses 25 Januari 2023

[Https://www.linovhr.com/media-komunikasi/](https://www.linovhr.com/media-komunikasi/) diakses tanggal 17 Maret 2023

[Https://www.studinews.co.id/pengertian-media-sosial](https://www.studinews.co.id/pengertian-media-sosial) diakses tanggal 11 Maret 2023

L

A

M

P

I

R

A

N

1. Foto bersama karyawan kasir Kuliner Kepiting saat penyerahan surat ijin penelitian, Jumat 19 Mei 2023.



2. Foto bersama informan ibu Yuni Bekon

Lokasi : Restoran Kuliner Kepiting

Hari/tgl : 23 Mei 2023

Pukul : 16:00 WITA



3. Foto bersama informan Angga Detan

Lokasi : Restoran Kuliner Kepiting

Hari/tgl : 23 Mei 2023

Pukul : 17:00 WITA



4. Foto bersama informan Mario Neno

Lokasi : Restoran Kuliner Kepiting

Hari/tgl : 24 Mei 2023

Pukul : 16:00 WITA



5. Foto bersama informan Bintang Randa

Lokasi : Restoran Kuliner Kepiting

Hari/tgl : 23 Mei 2023

Pukul : 16:00 WITA



6. Foto wawancara bersama owner 22 Mei 2023, Pukul 10:00 WITA



7. Foto owner kuliner kepiting ketika tandatangan surat selesai penelitian, 25 Mei 2023



8. Foto bersama owner penyerahan surat selesai penelitian, 25 Mei 2023





UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
Jl. Jend. Achmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194
Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id
Kupang 85225 – Timor - NTT

Nomor : 91WM.H5.FISIP/NVI/2023
Lampiran : 1 (Satu) Proposal
Perihal : Izin Penelitian

Yth.:
Owner Kuliner Kepiting Kupang
di –
tempat

Dengan hormat,
Dalam rangka Penulisan Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dengan judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN SEAFOOD MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun Instagram @kulinerkepiting)**

Nama : Yanuarius Adrian Lotu
Nomor Registrasi : 431 19 043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Katolik Widya Mandira Kupang

Maka bersama ini kami mohon kiranya mahasiswa tersebut di atas dapat diizinkan untuk
melakukan penelitian di tempat yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima
kasih.

Kupang, 19 Mei 2023
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Wakil Dekan I,

Fransiska D. Setyaningsih, M.Si

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Owner Kuliner Kepiting akun Instagram @kulinerKepiting, menerangkan bahwa :

Nama : Yanuarius Adrian Lotu

Nim : 43119043

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : FISIP

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Penjualan *Seafood* Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus pada akun Instagram @kuliner kepiting) terhitung sejak tanggal 19 Mei 2023 – 25 Mei 2023 guna penulisan Skripsi dengan judul : **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN *SEAFOOD* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram @kulinerkepiting)”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Kupang, 25 Mei 2023

Owner Kuliner Kepiting



Betty Betsy Rhany Bekon



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
Jl. Jend. Achmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194
Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id
Kupang 85225 – Timor - NTT

Nomor : 09/WM.H6.FISIP.KOM/UND/III/2023
Lamp. : 1 (satu) ex
Perihal : **Seminar Penelitian**

Kepada Yth.
Bapak/ibu :
di-
t e m p a t

Dengan ini kami mengundang Bapak/Ibu dosen FISIP Unwira untuk mengikuti seminar penelitian mahasiswa :

Nama : Yanuarius Adrian Lotu
No.Reg. : 431 19 043
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Yang akan dilaksanakan pada :
Hari/Tanggal : Kamis, 30 Maret 2023
Jam : 10.30 – selesai
Tempat : Ruang Seminar FISIP
Judul Proposal yang akan diseminarkan :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Kulinerkepingit)**

Pendamping I : Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
Pendamping II : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
Pembahas I : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
Pembahas II : P. Yoseph Riang, SVD, S.Fil, M.I.Kom

Demikian undangan kami, atas perhatian dan kerja sama yang baik, diucapkan terima kasih

Kupang, 29 Maret 2023
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id

Kupang 85225 – Timor - NTT

**PERSETUJUAN JUDUL DAN PENETAPAN PEMBIMBING PROPOSAL
NO. 027/WM/H6.FISIP/PRS/III/2023**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom

Jabatan : Ketua Prodi. Ilmu Komunikasi

Dengan ini menerangkan bahwa:

N a m a : Yanuarius Adrian Lotu

No. Reg. : 431 19 043

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Adalah benar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira, yang akan menyusun proposal skripsi. Berdasarkan judul proposal yang disetujui adalah:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Kulinerkepinging)**

Guna membantu kelancaran mahasiswa tersebut kami harapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa tersebut di atas yang penetapan pembimbingnya sebagai berikut:

Pembimbing I : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom

Pembimbing II : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

Kupang, 01 Maret 2023
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom

Catatan :

1. Formulasi judul skripsi yang telah disetujui di atas, tidak bersifat mutlak (dapat diubah oleh pembimbing bilamana perlu)