

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil kerja praktik yang telah dilaksanakan di CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) penulis dapat menarik kesimpulan bahwa promosi di dalam sosial media *youtube* dan *instagram* sangat penting dilakukan dalam mendongkrak penjualan perusahaan, dengan membuat iklan, design pamflet ataupun brosur, karena ini adalah salah satu cara yang mampu menarik pelanggan dengan cepat, apalagi saat ini dikalangan masyarakat pasti sudah memiliki sosial media khususnya *instagram* dan *youtube*. Bagi mereka promosi yang di lakukan di *instagram* dan juga di *youtube* cukup menarik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan data yang diperoleh pengamatan di objek kerja praktik (KP) CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) dalam melakukan promosi produk dan layanan jasa melalui sosial media serta penyebaran brosur perlu ditingkatkan dan lebih konsisten lagi dalam memposting segala pamflet tentang produk dan jasa service yang di tawarkan agar lebih menarik pelanggan.

Untuk pengembangan lebih lanjut penulis memberikan saran yang bermanfaat dan dapat membantu CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) untuk masa yang akan datang

1. Karena pada saat ini kedua sosial media tersebut sangat di gemari oleh kebanyakan orang, perusahaan dapat mengoptimalkan promosi yang berada di sosial media *instagram* dan *youtube* agar konsumendapat mengetahui produk-produk serta jasa service yang ditawarkan perusahaan lebih dalam.
2. Perusahaan dapat meningkatkan atau lebih menjadwal postingan yang ada di *Instagram* dan *youtube* agar konsumen dapat lebih mengerti produk-produk yang ditawarkan.

3. Memberikan postingan mengenai informasi tentang event-event atau promo yang ditawarkan.
4. Memberikan postingan yang memiliki *give away* kepada konsumen. Seperti membuat kompetisi video gokil atau foto inspiratif di *instagram* atau *youtube* yang mengharuskan peserta untuk *follow* akun *instagram* dan *youtube* terlebih dahulu untuk mengikuti kompetisi tersebut.
5. Memberikan *hashtag* yang paling ngetren pada saat upload, karena *hashtag* adalah cara paling praktis untuk membuat banyak pengguna akun *instagram* dan *youtube* yang lain mengunjungi profil perusahaan.
6. Mencari waktu-waktu *primetime* ketika sore hari atau malam hari dimana para pengguna *instagram* atau *youtube* membuka *timeline Instagram* dan *youtube*. Perusahaan dapat cek *primetime* dengan menggunakan *statigram*.
7. Bersosialisasi dengan pengguna *instagram* dan *youtube* dengan cara membalas komentar atau memberi *love* ke pengguna lain, sehingga pengguna lain dapat respect atau respon kepada *instagram* dan *youtube* perusahaan.
8. Menggunakan metode *endorsment* dengan artis atau selebgram yang saat ini memiliki banyak *fans*. Cara ini di yakini dapat mendongkrak jumlah *follower*.