

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil**

Bab pembahasan ini berisi analisis terhadap hasil wawancara yang dilakukan terhadap 15 konsumen. Analisis data ini dilakukan dengan menginterpretasikan hasil wawancara yang telah di peroleh yang dikaitkan dengan rumusan masalah.

Dari 15 konsumen yang telah diwawancarai hampir semua memiliki akun *instagram* dan *youtube*, hal ini merupakan sebuah kesempatan yang besar bagi perusahaan untuk dapat melakukan promosi di sosial media tersebut untuk mendongkrak penjualan produk. Dalam sehari rata-rata para konsumen selalu membuka *instagram* dan *youtube*, hal yang paling sering di lakukan oleh para konsumen tersebut lebih sering menggunakan sosial media untuk mencari informasi dan stalking. Entah itu informasi yang penting atau yang tidak penting.

Orang-orang saat ini lebih cenderung menyukai iklan yang memiliki durasi yang pendek namun dapat tersampaikan kepada konsumen. Karena bagi mereka percuma iklan yang memiliki durasi panjang namun tidak menarik dan pesan yang disampaikan ke konsumen tidak tersampaikan dengan baik. Sehingga konsumen menjadi malas untuk melihat iklan tersebut. Pada wawancara kali ini penulis memperlihatkan iklan atau promosi yang di lakukan perusahaan di sosial media *instagram* dan *youtube*.

### **4.2 Pembahasan**

Dalam pelaksanaan magang di CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) adapun kegiatan yang dilakukan di bidang Marketing, penulis banyak melakukan kegiatan-kegiatan seperti membuat pamflet dan brosur berdasarkan layanan jasa yang sedang dijalankan sekarang, membagikan pamflet dan brosur di media sosial, menelpon ulang customer untuk penawaran kembali. Karena itulah, penulis mengambil fokus untuk menyusun

kerja praktik yang berhubungan dengan digital marketing sebagai promosi pada CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom).

Digital marketing digunakan untuk memperluas pemasaran dari cara *konvensional* menjadi serba digital untuk dijangkau konsumen secara tepat waktu dan fleksibel. Digital marketing telah mengalami evolusi dari kegiatan pemasaran yang menggunakan sarana online menjadi proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, promosi produk dan merek, pemeliharaan konsumen dan peningkatan penjualan.

Layanan jasa dan penjualan yang sedang dijalankan CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) merupakan jasa dan penjualan yang ditawarkan kepada masyarakat yaitu meliputi jasa service dan penjualan perangkat komputer/laptop. Kegiatan usaha tersebut tersebut dipasarkan melalui sebar pamflet dengan memanfaatkan media sosial. Dengan menggunakan aplikasi ini akan mempermudah untuk mencari calon customer.

Selama pelaksanaan kerja praktik yang diadakan oleh Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung penulis melaksanakan program tersebut pada CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom) sebagai objek magang penulis. Selama proses berjalannya kegiatan kerja praktik, penulis ditempatkan bidang penjualan dan promosi bertugas melaksanakan kegiatan pembuatan pamflet, brosur dan juga pembuatan iklan promosi pada media sosial. Dalam melaksanakan kegiatan kerja praktik, pastinya penulis mengalami kendala-kendala yang tentunya dapat diatasi.

Adapun cara penulis untuk mengatasi kendala saat melaksanakan Kerja Praktik (KP) adalah :

1. Dalam membuat design pada postingan sosial media, penulis banyak belajar secara mandiri melalui internet, sehingga dapat mempermudah penulis untuk menyelesaikan tugas yang diberikan serta menambah kemampuan penulis dalam membuat design.
2. Saat mengelola design pamflet dan brosur, penulis terlebih dahulu membuat rancangan tentang layanan produk usaha yang tersedia di CV Sinar Sukma Wijaya (Griyacom), yang harus memenuhi standar seperti gambar dan teks harus jelas,

selain itu juga komponen juga harus proporsional.

3. Saat mengelola postingan di sosial media, penulis terlebih dahulu merancang caption dengan kata-kata yang dapat menarik pelanggan.