



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Maka dari itu, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan cara berkomunikasi secara taktis dan dapat digunakan dalam waktu yang berbeda sesuai situasi dan kondisi. Strategi komunikasi tersebut disusun dengan sebuah model yaitu *The Circular Model of SoMe for Social Communication*. Model komunikasi ini dibuat oleh Regina Luttrell untuk memudahkan penyusunan perencanaan komunikasi pada media sosial. Strategi komunikasi produk Rudebasic dapat tercapai dengan empat komponen, yaitu: *Share, Optimize, Manage* dan *Engage*.

1. Share

Pada tahap *share*, Rudebasic menggunakan media sosial Instagram karena target pasar yang lebih banyak menggunakan media sosial Instagram dan Instagram dapat menciptakan banyak interaksi dengan pengikut melalui berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram. Konten yang dijalankan oleh Rudebasic adalah *meme* dan *OOTD (Outfit Of The Day)*. Rudebasic juga memproduksi konten *storytelling*, di mana Rudebasic menyampaikan cerita dibalik perilsan produk barunya. Rudebasic juga menciptakan produk Instagram *Highlight* dan Instagram *Shopping* untuk memperjelas produk dari Rudebasic. Konsumen juga sering menggunakan tagar ketika mengunggah foto menggunakan produk Rudebasic. Tagar yang dipakai oleh konsumen ketika menggunakan Rudebasic adalah *#pepswithrudebasic*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Optimize

© Pada tahap *optimize*, Rudebasic mengikuti tren yang tersebar di media sosial. Rudebasic memperhatikan tren dari segi lagu yang menaiki tangga populer di Indonesia seperti lagu Korea Selatan dan lagu Barat. Selain lagu, Rudebasic juga mengikut konsep pada tren. Konsep yang dimaksud adalah dari cara pengambilan video, isi video, tahap *editing* hingga penelitian *caption*. Rudebasic mengusahakan adanya komunikasi dua arah dengan menggunakan fitur Instagram *Story*, yaitu fitur *QnA*, *Reply* serta *Direct Message*.

3. Manage

Pada tahap *manage*, Rudebasic melakukan *media monitoring* dengan cara mengecek *professional dashboard* dan Instagram *Insight* secara berkala. Rudebasic juga melakukan pengecekan pada jumlah *likes*, *comments* dan *views* pada konten yang diunggah. Rudebasic tidak menggunakan Instagram *Live* karena Rudebasic merasa Instagram *Live* tidak efektif untuk mempromosikan produk. Interaksi langsung yang diusahakan dari Rudebasic adalah melalui fitur lain seperti Instagram *Story* dan *Direct Message*.

4. Engage

Pada tahap *engage*, Rudebasic menjalin banyak kerjasama dengan *influencer* untuk mempromosikan produknya. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah *influencer* menciptakan konten berisi penggunaan produk Rudebasic yang dipakai langsung oleh *influencer*. Target sasaran dari Rudebasic adalah mahasiswa, laki-laki dan perempuan, berumur 17 hingga 25 tahun yang suka berbelanja, *update* dengan produk *fashion* terbaru serta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memperhatikan *fashion* mereka. Salah satu cara dari Rudebasic untuk menggandeng target audiensnya adalah menciptakan RB CULT atau Rudebasic Cult.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti paparkan di atas, berikut adalah saran yang dapat peneliti berikan bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Saran Akademis

Besar harapan peneliti jika penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian lainnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi. Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya ialah dapat lebih menggali dan memaparkan setiap subjek yang berkaitan dengan strategi komunikasi. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat mencoba meneliti dengan metode penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif, meneliti produk lokal lainnya serta menggunakan konsep IMC (*Integrated Marketing Communication*) atau 7P untuk mendalami strategi komunikasi yang dipakai di media sosial Instagram.

2. Saran Praktis

Secara praktis, saran yang ingin peneliti berikan kepada pihak Rudebasic ialah Rudebasic dapat menjalankan setiap tahap dari *The Circular Model of SoMe*. Rudebasic juga diharapkan dapat menjalankan Instagram *Live* untuk mencoba berinteraksi secara langsung oleh konsumen agar terjalin hubungan yang baik dengan target audiens. Rudebasic juga disarankan dapat memproduksi konten secara rutin agar penjadwalan konten lebih

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tertata. Peneliti juga menyarankan agar Rudebasic mengecek *engagement* pada media sosial Instagram dengan rutin untuk mendukung produksi konten yang lebih kreatif dan inovatif serta mengetahui konten mana yang akan dilanjutkan dan diminati. Peneliti menyarankan agar Rudebasic juga mengaktifkan media sosial lainnya seperti TikTok yang sedang banyak diminati.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

