

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui pemaparan strategi komunikasi Nujek Banyumas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam melakukan proses komunikasi pemasaran perlu rancangan strategis agar pesan atau produk yang ingin dipasarkan juga dapat dipahami oleh khalayak. Nujek Banyumas memiliki peran dalam membangun dan menstabilkan pemasaran pada aplikasi Nujek. Hal tersebut memerlukan strategi komunikasi pemasaran terutama untuk mempromosikan aplikasi Nujek. Sesuai hasil penelitian, terdapat tiga strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Nujek Banyumas untuk mempromosikan aplikasi Nujek yaitu dengan strategi *creating*, *collaborating* dan *publishing*. Ketiganya dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Creating* adalah dengan membangun suatu kegiatan sosial yang tujuannya untuk mempromosikan aplikasi Nujek melalui gerakan atau aktivitas dari Nujek Banyumas kepada khalayak. Strategi *creating* menerapkan intensitas relasi dengan customer, menjalin ketertarikan bersama, pengenalan produk hingga mencapai *customer satisfaction*.
- b. *Collaborating* adalah dengan membangun hubungan dan menciptakan kerjasama ke beberapa mitra ataupun lembaga. Kolaborasi atau kerjasama dilakukan dengan lembaga pendidikan, organisasi, UMKM, ataupun *mitra driver*. Tujuan kerjasama untuk memperluas jaringan Nujek Banyumas.
- c. *Publishing* adalah dengan memanfaatkan *platform digital* sebagai ladang untuk mempromosikan. Penggunaan facebook disebut paling masif digunakan karena dapat menciptakan ruang untuk berbagi dan ide konten atau unggahan selalu membangun interaksi agar khalayak dapat menggunakan aplikasi Nujek

Bentuk strategi komunikasi pemasaran Nujek Banyumas menerapkan teori 7P dan *Integrated Marketing Communication* (IMC). Terdapat poin *product*, *place*, *promotion*, dan *relation* yang dikembangkan dari teori tersebut. *Relation* menjadi bentuk gabungan dari *people* dan *process* yang mana keduanya saling terhubung satu sama lain. Pada komponen IMC, peran Nujek Banyumas untuk membangun strategi komunikasi ada pada *advertising*, *public relation*, *personal selling*, dan *direct selling*. Pesan dikirimkan melalui media tertentu, baik secara langsung, perorangan, atau *platform digital*. Bentuk komponen atau poin yang terbentuk tersebut menciptakan adanya strategi komunikasi pemasaran Nujek Banyumas, yaitu *creating*, *collaborating*, dan *publishing*. Strategi komunikasi pemasaran ini digunakan untuk dapat membangun pengguna terutama untuk dapat mempromosikan aplikasi Nujek.

## 5.2 Saran

Berdasarkan data penelitian dan kesimpulan, ada beberapa saran menyangkut strategi komunikasi Nujek Banyumas dalam mempromosikan aplikasi Nujek. Melalui kesimpulan diatas mengenai strategi komunikasi pemasaran peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak Nujek Banyumas dan peneliti selanjutnya.

- a. Untuk pihak Nujek Banyumas: agar dapat meningkatkan kerjasama secara profesional berkelanjutan atau jangka panjang. Melalui beberapa pertemuan atau perkumpulan pada kegiatan mitra *driver* mampu menyebarluaskan jaringan Nujek Banyumas dan merangkul seluruh mitra *driver*, karena semakin masif layanan yang berikan semakin luas juga pemasaran terhadap aplikasi Nujek. CEO hendaknya bergabung dalam setiap kegiatan agar lebih mendekatkan pada pihak internal atau eksternal. Jaringan secara ekstrenal terutama pada *platform digital* disarankan untuk lebih mengikuti trand dan sasaran target market.
- b. Untuk peneliti selanjutnya: agar dapat memperluas bahasan terkait strategi komunikasi terutama pada strategi *creating, collaboratig, dan publishing* pada *market place* sehingga penerapan strategi dapat diperluas sesuai dengan bidang studi penelitian.

## 5.3 Rekomendasi

Melalui hasil penelitian yang sudah di laksanakan, terdapat beberapa saran dan masukan. Ada beberapa rekomendasi yang menjadi masukan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

- a. Untuk pihak Nujek Banyumas: Bagi internal perlu pemahaman kebutuhan atas permasalahan yang menghambat terutama pada layanan dan sumber daya mitra *driver*. Pada hal ini perlu peran pro aktif dari CEO terutama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Melakukan analisis lapangan lebih mendalam terutama untuk membangun jaringan kolaborasi serta mengkaji kepuasan pelanggan mengenai layanan Nujek. Hal ini mampu melihat presentase perbandingan Nujek dengan kompetitor
- b. Untuk peneliti selanjutnya: Bagi peneliti selanjutnya perlu menindaklanjuti hasil hasil penelitian ini dengan bentuk berbeda namun masih sama dalam konteks metode penelitian kualitatif. Diutamakan pada bidang *publishing* dimana peran *digital marketing* semakin masif di tengah masyarakat *digital* dan penerapannya bukan hanya pada *platform* tertentu melainkan produk dapat dipasarkan ke beberapa seluruh media sosial dan efektif.

