

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan, media sosial Facebook merupakan media sosial yang bisa untuk dijadikan media komunikasi pemasaran. Dalam Analisa yang dilakukan oleh peneliti pada akun Facebook Ova Elektronik, penelliti menemukan Facebook memiliki kegunaan yang mendukung 5 (Lima) dimensi yang dimiliki oleh konsep *Social Media Marketing* mulai dari *Online communities, interaction, sharing of content, accessibility, & credibility*.

Pada akun Facebook Ova Elektronik, *online communities* memiliki peran untuk mengumpulkan para pengikut dan juga pelanggan Ova Elektronik sebagai komunitas online, sementara *interaction* bertugas untuk menjalin dan menjembatani komunikasi yang dilakukan oleh Ova Elektronik dengan pelanggan, selanjutnya *sharing of content* berguna untuk membagikan konten yang bertujuan untuk memberikan dan membagikan informasi kepada pelanggan, *accessibility* memberikan kemudahan untuk pelanggan mengakses informasi yang diberikan oleh Ova Elektronik, *credibility* bertugas untuk memberikan kepercayaan kepada pengikut dengan informasi yang dapat dipercaya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil pemaparan diatas, Ova Elektronik berhasil membanguun Komunikasi Pemasarannya dengan menggunakan media sosial Facebook yang didasari oleh aktifnya Facebook Ova Elektronik dengan memperhatikan 5 (Lima) dimensi konsep *Social Media Marketing*.

Dan dapat disimpulkan Ova Elektronik dapat menerapkan konsep *Social Media Marketing* pada komunikasi pemasarannya menggunakan media sosial Facebook Ova Elektronik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Saran untuk Ova Elektronik

- a) Lebih sering lagi membagikan konten untuk menjadi sumber informasi bagi para pengikut ataupun pelanggan.
- b) Kedepannya lebih kreatif lagi dalam mengunggah konten cerita maupun unggahan linimasa agar pengikut tetap merasa nyaman melihat unggahan yang diberikan.
- c) Selalu responsif untuk menjaga para pengikut tidak berpindah ke toko lain.

5.2.2 Saran Akademik

Berdasarkan penelitian ini, mengingat penelitian ini membahas mengenai Komunikasi pemasaran digital melalui media sosial Facebook. Maka penulis berharap penelitian ini dapat dikembangkan lagi agar Facebook dapat dimanfaatkan untuk membangun komunikasi pemasaran.

Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu bahan pendukung penelitian terkait dengan komunikasi pemasaran digital dan dapat digali lebih dalam lagi bagaimana konsep *Social Media Marketing* dapat menjadi sarana untuk membangun Komunikasi pemasarn digital melalui media Facebook.