BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Word of Mouth* (WOM) yang lakukan PT Kirana Unggul Jaya untuk membangun *awareness* mengenai Standar Nasional Indonesia (SNI) pada produsen di Jabodetabek. Strategi ini mengandalkan interaksi langsung antara produsen bersertifikasi SNI dan yang belum, membangun kepercayaan melalui pengalaman nyata. Pendekatan WOM didalam (Fauzi, A., dkk, 2022),, yang melibatkan *talker*, *topic*, *tools*, dan *talking part*, terbukti lebih optimal dibandingkan pemasaran digital seperti Google Ads dalam membangun *awareness*. Berdasarkan analisis data hasil wawancara, beberapa kesimpulan utama dapat diambil sebagai berikut:

1. Pentingnya *Awareness* mengenai SNI terbukti menjadi landasan utama bagi produsen untuk memahami manfaat, persyaratan, dan dampak sertifikasi terhadap bisnis mereka. PT Kirana Unggul Jaya berhasil membangun *awareness* ini melalui berbagai kegiatan edukasi dan pendampingan. Hal ini didukung oleh temuan wawancara yang menunjukkan bahwa produsen dengan tingkat *awareness* yang tinggi terhadap SNI lebih terdorong untuk melaksanakan sertifikasi.
2. Pemilihan produsen bersertifikasi SNI sebagai *talker*, seperti PT Incubisc yang berbagi pengalaman dalam sosialisasi PT Kirana Unggul Jaya, efektif meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan informasi di kalangan produsen lain.
3. *Topic* sosialisasi yang optimal, seperti manfaat SNI, peningkatan daya saing, proses sertifikasi, dan studi kasus, efektif menarik minat dan memperkuat pemahaman produsen. PT Kirana Unggul Jaya menjelaskan isu penting seperti biaya dan tahapan sertifikasi secara spesifik.
4. PT Kirana Unggul Jaya menggunakan berbagai *tools*, seperti platform digital Zoom dan Google Meet selama pandemi, serta pelatihan dan

Upaya Membangun.., Adnan Dwi Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

kunjungan pabrik pascapandemi. Pendekatan ini memastikan pesan sosialisasi diterima dengan baik dalam berbagai situasi.

5. Penerapan *Talking Part* di sertai sesi tanya jawab, diskusi, dan pertukaran pengalaman memperkuat pemahaman produsen tentang SNI, membangun kepercayaan dan *awareness* mengenai SNI, dan mendorong tindakan. PT Kirana Unggul Jaya memfasilitasi *talking part* dengan suasana diskusi interaktif dan ruang untuk bertanya langsung.
6. PT Kirana Unggul Jaya membangun *awareness* mengenai SNI melalui dialog interaktif yang melibatkan komunikasi dua arah. Dengan menghadirkan narasumber ahli dan produsen yang telah bersertifikat SNI, sosialisasi ini memberikan pemahaman langsung tentang manfaat SNI bagi bisnis. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran produsen, tetapi juga mendorong mereka untuk menerapkan standar kualitas guna memperluas akses pasar dan membangun kepercayaan konsumen.
7. PT Kirana Unggul Jaya membangun *awareness* SNI melalui kunjungan ke pabrik dan pendampingan langsung. Upaya ini memberikan pemahaman praktis, membantu proses sertifikasi, serta mengatasi kendala teknis dan administratif. Selain itu, produsen memperoleh wawasan strategis tentang manfaat SNI, seperti peningkatan daya saing dan akses pasar. Dengan pendekatan ini, produsen lebih siap mengimplementasikan SNI dalam operasional bisnis mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang di lakukan oleh PT Kirana Unggul Jaya menggunakan strategi *word of mout* yang diterapkan melalui elemen *Talker*, *Topic*, *Tools* (termasuk sosialisasi), dan *Talking Part*, Dialog interaktif serta kunjungan ke produsen dan pendampingan langsung dalam membangun *awareness* tentang SNI di kalangan produsen di jabodetabek. Integrasi keempat elemen ini menciptakan sinergi yang memperkuat pesan yang disampaikan dan memotivasi produsen untuk mempertimbangkan serta mengimplementasi sertifikasi SNI.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharpkan mampu memberikan referensi dan bahan pertimbangan baru mengenai Upaya Membangun *Awarenes*s mengenai Standar Nasional Indonesia (SNI) pada Produsen di Jabodetabek menggunakan komunikasi *Word Of Mouth* (WOM) serta menambah kajian khususnya di bidang komunikasi terutama komunikasi pemasaran dan akan memberikan wawasan lebih mendalam tentang efektivitas strategi yang berbeda dalam konteks yang serupa.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau tambahan di luar meteri yang di pelajari selama berpendidikan selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan jika ingin terlibat dalam kegiatan pemasaran.