BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran melalui platform digital sudah diterapkan Carsome Bekasi dengan baik melalui aspek 5S, carsome Bekasi mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan (*Sell*), memberikan pelayanan pelanggan yang unggul (Serve), membangun komunikasi yang efektif dengan audiens (*Speak*), mengoptimalkan efisiensi biaya (*Save*), dan memperkuat nilai tambah serta citra merek (*Sizzle*), dengan aspek 5S tersebut dapat menjadi kunci dalam memperkuat daya saing bisnis otomotif *online*.

Melalui penerapan 5S ini, perusahaan otomotif di Kota Bekasi dapat menjangkau lebih banyak konsumen, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan secara *online*. *Website* yang diterapkan *Carsome* Bekasi sudah sangat baik, *website* Carsome Bekasi dapat menjadi alat komunikasi yang strategis, meningkatkan penjualan, membangun hubungan dengan *customer* carsome, dan menciptakan pengalaman digital yang menarik untuk menghadapi persaingan.

Strategi Komunikasi.., Dhimas Agung Wicaksono, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan, diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan masyarakat pada umumnya:

Bagi Carsome Bekasi Fokus pada meningkatkan penjualan melalui platform digital dengan memperkuat pada iklan, memanfaatkan e-commerce, dan menawarkan promo eksklusif online. Optimalkan halaman produk untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi.

Dalam pengembangan penelitian komunikasi khususnya strategi komunikasi pemasaran, penulis menyarankan penelitian strategi komunikasi pemasaran yang lebih banyak dan mendalam bagi para peneliti selanjutnya.

Bagi masyarakat, hasil temuan dari penelitian ini dapat menjadi masukan apabila akan membangun sebuah usaha. Diperlukan konsep yang kuat dan strategi komunikasi pemasaran yang baik agar usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar.