

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan dan hasil data penelitian untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Sabai Muay Thai* melalui media sosial *twitter*, sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan aspek *Informing* Promosi *Sabai Muay Thai* Melalui Media Sosial *Twitter* berada dalam kategori yang tinggi. Hal ini dapat dibuktikan dengan *twitter Sabai Muay Thai* yang memberikan informasi baru mengenai produk-produk yang ada di *Sabai Muay Thai*, *twitter Sabai Muay Thai* menyampaikan promo-promo yang ada di dalam *Sabai Muay Thai*, *twitter Sabai Muay Thai* menyampaikan informasi mengenai jasa-jasa (pelatihan *Muay Thai*, *gym*, fasilitas *Muay Thai*) yang disediakan oleh *Sabai Muay Thai* dan *twitter Sabai Muay Thai* melakukan *counter attack* berupa pembelaan dan penjelasan ketika ada masalah yang berkaitan dengan *Sabai Muay Thai*.
- 2) Berdasarkan aspek *Persuading* Promosi *Sabai Muay Thai* Melalui Media Sosial *Twitter* berada dalam kategori sedang. Hal ini dapat dibuktikan dengan *twitter Sabai Muay Thai* yang menganggap bahwa *twitter Sabai Muay Thai* dapat mengarahkan *followers* untuk memilih

produk yang ditawarkan oleh *Sabai Muay Thai*, *twitter Sabai Muay Thai* dapat merubah persepsi positif (kualitas barang) pelanggan terhadap produk dari *Sabai Muay Thai* dan *twitter Sabai Muay Thai* dapat mendorong dan membujuk *followers* untuk menjadi konsumen atau pelanggan dari *Sabai Muay Thai*.

- 3) Berdasarkan aspek *Reminding* Promosi *Sabai Muay Thai* Melalui Media Sosial *Twitter* berada dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dibuktikan dengan *twitter Sabai Muay Thai* yang menganggap bahwa *twitter Sabai Muay Thai* dapat mengingatkan *followers Sabai Muay Thai* akan pentingnya olahraga untuk menjaga kesehatan, *twitter Sabai Muay Thai* membuat *followers* menyadari mengenai pentingnya olahraga *Sabai Muay Thai* dan ini merupakan *lifestyle* baru dalam dunia olahraga dan *twitter Sabai Muay Thai* akan membuat para calon pelanggannya mengingat *Sabai Muay Thai* walaupun tidak ada iklan.

5.2 Saran atau Rekomendasi

Layaknya suatu penelitian harus dapat memberikan sesuatu hal yang berarti bagi pengembangan ilmu dan pihak-pihak terkait dengan penelitian ini, oleh karena itu setelah melakukan penelitian terhadap permasalahan ini, penulis memberikan saran, baik secara teoritis (untuk penelitian selanjutnya), maupun secara praktis (untuk pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini) yakni sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian ini mendeskripsikan konsep tujuan promosi yang mana tujuan promosi tersebut meliputi, *informing*, *persuading*, dan *reminding*. Untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menjelaskan konsep atau variable lain dari perusahaan atau objek yang berbeda yang dapat dihubungkan dengan penelitian yang berkaitan dengan promosi.
2. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yakni menjelaskan peristiwa terkait komunikasi, tidak menguji keterkaitan antara variable. Untuk penelitian selanjutnya yang mengambil objek penelitian yang sama diharapkan juga dapat menguji keterkaitan antar variable dengan menggunakan metode korelasional atau dengan menggunakan metode kualitatif.

5.2.2 Saran Praktis

1. Pada Aspek *informing* diharapkan akun *twitter Sabai Muay Thai* tidak hanya menginformasikan tentang *Sabai Muay Thai* saja tetapi juga menginformasikan kegiatan maupun olahraga lain yang masih berkaitan dengan olahraga *Muay Thai* ini.
2. Pada Aspek *Persuading* diharapkan akun *twitter Sabai Muay Thai* lebih memperhatikan tata bahasa yang digunakan agar lebih menarik para calon konsumen.

3. Pada Aspek *Reminding* diharapkan akun *twitter @sabaimuaythai* lebih sering mengingatkan kegiatan, program-program dan promo-promo yang ada di *Sabai Muay Thai* kepada para *followers*, agar para *followers Sabai Muay Thai* lebih mengetahui setiap informasi yang ada pada *Sabai Muay Thai*.
4. Untuk *Sabai Muay Thai* dalam melakukan kegiatan promosi ialah ada baiknya *Sabai Muay Thai* memperluas jaringannya, tidak hanya aktif melalui media sosial *twitter* saja, namun melalui media lainnya yang dapat dijangkau oleh konsumen luas. Karena tidak semua orang yang menjadi konsumen dari *Sabai Muay Thai* memiliki akun *twitter* meskipun pada dasarnya mayoritas konsumen *Sabai Muay Thai* memiliki akun *twitter*. Agar kegiatan promosi ini dapat dikenal banyak kalangan, ada baiknya *Sabai* beriklan melalui media cetak seperti majalah, koran dll. Segmentasi *Sabai* yang lebih memfokuskan targetnya adalah anak muda tidak membatasi untuk segmentasi lain agar mereka mengetahui keberadaan kegiatan promosi *Sabai Muay Thai* melalui media lain.