

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti dapatkan pada PT Vitka Sehat Utama membuat penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, selaras dengan tujuan penelitian yang telah ditulis pada awal karya tulis ini. Peneliti mendapatkan informasi lengkap mengenai strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang diterapkan PT Vitka Sehat Utama untuk menjadi salah satu cara alternatif untuk dapat terus bertahan dan dapat beradaptasi di Era New Normal saat ini.

Selaras dengan teori SOSTAC Paul R. Smith yang mengatakan sebuah perencanaan membutuhkan suatu fase sistematis yang di dalamnya dapat mengembangkan rencana strategi komunikasi pemasaran dengan mempertimbangkan kondisi obyektif sama seperti kondisi eksternal yang selanjutnya dibutuhkannya evaluasi pemeriksaan demi terwujudnya strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan PT Vitka Sehat Utama berjakan dengan baik. Strategi yang dilakukan VSU berfokus kepada perencanaan melalui media sosial yaitu media sosial Instagram dan *WhatsApp*. Pemanfaatan kedua media sosial tersebut berfungsi sebagai alat komunikasi antar VSU dan customer atau member, selanjutnya berfungsi sebagai platform dalam

membagikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan VSU dan sebagai tempat mempromosikan diskon harga yang diadakan oleh VSU.

5.2 Saran

Saran tercipta berdasarkan hasil dan pembahasan yang penulis dapatkan di lapangan. Peneliti memiliki saran yang perlu diperhatikan, yaitu bagi PT Vitka Sehat Utama disarankan agar dapat terus melakukan inovasi-inovasi dalam mempromosikan setiap kegiatan maupun diskon agar customer ataupun member dapat tertarik dan terus berlangganan bersama VSU.