

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Kesimpulan Penelitian tentang Strategi Promosi Berbasis Media Sosial untuk Penjualan Produk Batik di CV. Wery Group Gunungsitoli

1. CV. Wery Group telah memanfaatkan platform media sosial populer seperti *Facebook* untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk batik mereka. Setiap platform digunakan dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik penggunaannya, misalnya konten visual menarik atau video kreatif *Facebook*. Hal ini terbukti efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendiversifikasi saluran promosi.
2. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam menghasilkan konten yang konsisten dan tetap menarik bagi audiens. Terutama dalam menghadirkan konten yang berkualitas tinggi secara teratur, yang diperlukan untuk menjaga *engagement* pelanggan. Proses pembuatan foto, video, dan tulisan yang kreatif membutuhkan waktu dan tenaga, serta memerlukan keahlian dalam bidang desain grafis dan pemasaran digital.
3. CV. Wery Group telah memanfaatkan berbagai platform media sosial yang populer, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Setiap *platform* digunakan dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik pengguna dan tipe konten yang lebih disukai di masing-masing media sosial, seperti gambar dan video produk batik yang menarik serta konten yang mengandung pesan budaya lokal.

1.2 Saran

Saran untuk Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk Batik di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli:

1. CV. Wery Group perlu lebih menggali potensi konten yang lebih variatif, seperti video behind-the-scenes (proses pembuatan batik), konten yang menunjukkan pemakaian batik dalam berbagai situasi (misalnya acara formal, kasual, atau tradisional), dan juga live streaming atau sesi tanya jawab tentang batik. Selain itu, penggunaan fitur interaktif di Instagram atau TikTok seperti polling atau kuis dapat meningkatkan keterlibatan audiens dengan merek.
2. CV. Wery Group perlu mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk membuat kalender konten yang terencana. Dengan perencanaan yang matang, pembuatan konten akan lebih terorganisir dan memudahkan proses eksekusi. Selain itu, bisa mempertimbangkan untuk menggandeng seorang desainer grafis atau tim kreatif yang dapat membantu menghasilkan konten yang lebih variatif dan menarik secara rutin. Penggunaan template untuk beberapa jenis postingan juga bisa membantu dalam mempercepat proses pembuatan konten.
3. CV. Wery Group perlu menjaga konsistensi dalam posting konten di media sosial, baik itu *Facebook*. Membuat jadwal konten yang rutin dan terorganisir akan membantu menjaga perhatian audiens. Frekuensi posting yang lebih sering dengan tema yang bervariasi, seperti promosi produk, cerita di balik desain batik, atau fitur pelanggan yang memakai batik, dapat meningkatkan engagement dan visibilitas produk.