

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa komunikasi pemasaran melalui *word of mouth* dapat berjalan dengan lancar karena adanya kerjasama antara kedua belah pihak yaitu *Starcross* dan komunitas *Temanbike.mu*. Dari kerjasama yang dilakukan terciptalah jangkauan komunikasi pemasaran yang luas, sehingga hal tersebut dapat membuat penyebaran informasi dari mulut ke mulut tersampaikan kepada target pasar yang dituju. Selain itu dalam komunikasi pemasaran *word of mouth* yang dilakukan terdapat 5T yang meliputi *talkers, topics, tools, taking parts, tracking*. Lima hal tersebut memiliki keterkaitan pada penyampaian pesan yang akan dilakukan, cara penyampain pesan dilakukan pada saatmelakukan aktivitas mingguan, *event* dan kolaborasi produk.

Kegiatan tersebut mempermudah komunitas *Temanbike.mu* untuk menarik perhatian target pasar perusahaan. Selain itu pemilihan komunitas sebagai sarana komunikasi *word of mouth* perusahaan membuat peluang penyebaran informasi berkembang lebih luas. Mengapa demikian karena relasi yang dimiliki oleh komunitas tidak sedikit, melalui relasi yang dimiliki oleh para anggota akan membuat informasi tersebut terus berlanjut. Melalui komunitas *Temanbike.mu* yang telah telah memiliki pengalaman kerjasama dengan *Starcross* dalam hal kolaborasi, *endorse* maupun dukungan pada *event* yang diberikan penyebaran informasi akan lebih di percayai karena banyaknya cerita pegalaman yang dapat di

bagikan. Melalui dukungan yang diberikan, *Starcross* dapat dengan mudah memantau *word of mouth* yang dilakukan oleh komunitas guna mengantisipasi terjadinya *word of mouth* yang negatif.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan penulis kepada Distro *Starcross* Semarang adalah:

1. Tetap menjaga hubungan baik dengan komunitas karena melalui dukungan yang diberikan tersebut, secara tidak langsung akan berdampak cukup besar nantinya kepada promosi *offline store* *Starcross* Semarang
2. Tetap menciptakan ide-ide kreatif lainnya dalam melakukan kegiatan startegi pemasaran supaya jangkauan pasarnya semakin luas.

