

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun hasil yang dapat kita simpulkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bentuk kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing yaitu berupa: Pengiklanan lewat radio, pengiklanan lewat surat kabar, desain kemasan, penyebaran brosur, pemasangan poster, pemasangan spanduk, pemasangan papan penunjuk, pemberian produk gratis, pameran dagang, presentasi, publikasi melalui media lokal, penerimaan peserta magang, penerimaan kunjungan studi, identitas visual dan penggunaan media sosial.
2. Strategi komunikasi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing yaitu dengan melakukan penentuan khalayak yang tidak terlalu spesifik, media komunikasi yang digunakan meliputi media cetak dan media elektronik, pesan yang disampaikan bersifat informatif dan persuasif dan yang bertindak sebagai komunikator pada proses kegiatan promosi adalah pimpinan UPS, kepala manajer pemasaran dan wiraniaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa hal yang bisa dijadikan masukan dan saran, yaitu:

1. UPS *Rantiang Ameh* diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas pada kegiatan promosinya, dengan cara melakukan perencanaan (seperti penentuan khalayak sasaran secara spesifik, pemilihan media

komunikasi yang efektif serta isi pesan yang variatif), pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan promosi yang sudah maupun yang akan dilaksanakan.

2. UPS *Rantiang Ameh* diharapkan mampu membentuk divisi khusus dan merekrut karyawan profesional yang fokus menangani bidang pemasaran khususnya pada kegiatan promosi.
3. Diharapkan ada kajian lanjutan terhadap pengaruh/efek dan gangguan komunikasi yang terjadi selama proses komunikasi promosi yang dilakukan oleh UPS *Rantiang Ameh*.

