

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan urian setiap bab mengenai penerapan Sosial Media sebagai Media promosi pada PT. Kai Divre II Sumbar, dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) PT. Kai Divre II Sumbar menerapkan sosial media sebagai media strategi untuk mempromosikan berbagai layanan, edukasi keselamatan pengguna rel kereta api, jadwal keberangkatan, dan informasi lainnya. Tahapan penerapan sosial media pada PT. Kai Divre II Sumbar yaitu, dengan menerapkan postingan sesuai dengan jadwal keberangkatan kereta, informasi mengenai rekayasa pola operasi serta berbagai informasi penting lainnya yang akan di posting di platfrom media sosial PT. Kai, serta menggunakan postingan desain layanan berupa gambar atau fidio.
- 2) Pt. Kai Divre II Sumbar menggunakan platfrom media sosial yaitu Instagram, setelah melakukan observasi, hingga menganalisis media sosial yang saat ini paling efektif digunakan sebagai media promosi pada PT. Kai, karena Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan terutama anak muda, untuk itu lebih mengoptimalkan promosi melalui Instagram dengan menfokuskan pada postingan baik itu berupa gambar atau fidio yang menarik, agar pengguna instaram tertarik untuk menyaksikan promosi postingan PT. Kai.

- 3) Penerapan sosial media pada PT. Kai Divre II Sumbar terdapat beberapa kendala yang paling utama yaitu, kurangnya sumber daya manusia dibidang sosial media, sehingga terdapat beberapa kendala dalam proses pembuatan desain promosi, hingga pembuatan konten video yang menarik. Masih kurangnya pengikut media sosial khususnya Instagram yang membuat pengguna Instagram tidak yakin bahwa PT. Kai Divre II Sumbar memiliki akun resmi.
- 4) Adanya keterbatasan sumber daya manusia, menyebabkan minimnya kerjasama dengan *influenser* terkenal, hal ini menjadi faktor utama kenapa *viewers* pada akun media sosial PT. Kai Divre II Sumbar masih kurang karena masyarakat yang tidak tertarik untuk melihat promosi yang sedang dilakukan.
- 5) Dengan kendala yang terjadi pada penerapan sosial media di PT. Kai Divre II Sumbar dapat mencari Solusi dengan cara melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, untuk membantu proses pembuatan konten promosi baik itu kerjasama dengan unit lain, atau dengan para komunitas pencinta kereta api Sumbar. Membantu dalam pengelolaan Instagram dan strategi yang digunakan agar konten dapat tersampaikan kepada banyak pengguna media Instagram terkhusus masyarakat Sumbar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil *observasi* yang dilakukan dengan mengamati, dan melakukan wawancara secara langsung kepada karyawan diivisi Humas, selama melaksanakan kegiatan magang di PT. Kai Divre II Sumbar terdapat beberapa saran

penulis agar menjadi bahan pertimbangan dalam mengawasi masalah dan kendala yang ada yaitu:

- 1) Pt Kai Divre II Sumbar perlu menambah sumber daya manusia atau karyawan agar dapat membantu dalam menghandel pembuatan desain promosi, membuat konten video hingga menghandel media sosial *Instagram* agar terlihat menarik.
- 2) Pt Kai juga perlu melakukan kerjasama dengan para *influenser* yang cukup terkenal terkait dengan layanan yang didapat oleh konsumen dalam memilih kereta api sebagai media transportasi pilihan, tidak hanya itu juga bisa menggunakan konten lucu, agar masyarakat tertarik dan tidak merasa bosan saat menonton konten promosi yang dibuat.
- 3) Karyawan Pt. kai Sumbar perlu saling kerjasama dalam mempromosikan layanan, contohnya mempromosikan *Instagram* PT. Kai Divre II Sumbar menggunakan media sosial pribadi seluruh karyawan.
- 4) Pt. Kai Divre II Sumbar perlu menyusun startegi untuk mendapatkan pengikut di *Instagram*, karena umumnya masyarakat akan lebih percaya dan yakin bahwa *Instagram* tersebut merupakan *Instagram* resmi perusahaan.
- 5) Pt. Kai Divre II Sumbar perlu membuat media sosial lainya seperti Tiktok, Youtube yang saat ini telah banyak dipakai banyak orang sehingga dapat menjadi peluang yang cukup besar dalam kegiatan promosi pada media tersebut.