

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuatlah kesimpulan berikut ini:

1. Target pasar LRT Sumsel dibagi menjadi dua yaitu target demografis dan target psikografis. Untuk target demografis LRT Sumsel memilih berdasarkan pada peta kependudukan yaitu jenis kelamin laki – laki dan perempuan, usia 15-25 tahun, dan merupakan pelajar dan karyawan. Sedangkan segmentasi psikografis lebih berdasarkan pada gaya hidup mobilitas tinggi yang membutuhkan transportasi tepat waktu dan nyaman. Dua segmentasi inilah yang menjadi dasar penentuan dari target pasar LRT Sumsel.
2. Tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan LRT Sumsel pada awalnya sebagai penyampaian informasi mengenai pembangunan LRT di Palembang. Namun, kemudian berlanjut sebagai edukasi kepada masyarakat Palembang untuk beralih ke moda transportasi publik yang nyaman, tepat waktu dan modern. Pengelola LRT Sumsel juga menginginkan komunikasi pemasaran yang dilakukan dapat mempengaruhi perilaku konsumen atau pengguna sehingga melakukan tindakan (*action*) dan berdampak pada meningkatnya okupansi. Pesan-pesan yang disampaikan melalui unggahan di media sosial

instagram juga telah sampai kepada audiens sasaran, karena semua kategori audiens sasaran LRT Sumsel mendapatkan nilai diatas 50% yakni : Pelajar dan karyawan memperoleh nilai sebesar 62,5% dan 26,8%, usia 15-25 tahun sebanyak 91%, dan gaya hidup mobilitas tinggi yang memerlukan transportasi yang efisien dan nyaman yang dilihat dari alasan menggunakan LRT Sumsel karena tepat waktu dan nyaman sebanyak 57,1%. Hal ini berarti lebih dari 50% *followers* akun *instagram* LRT Sumsel merupakan target audiensnya sekaligus target pasarnya.

3. Dilihat dari hasil survei yang telah dilakukan sebanyak 84% *followers* dari 56 responden pernah melakukan perjalanan dengan layanan LRT Sumsel. Ini membuktikan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan LRT Sumsel di media sosial *instagram* dapat mempengaruhi perilaku konsumen atau pengguna yang dilihat dari *action* (tindakan) yang dilakukan oleh *followers* akun *instagram* @lrtsumselofficial

B. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dan beberapa masukan yang diberikan oleh konsumen, dibuatlah beberapa masukan untuk pengelola akun *instagram* @lrtsumselofficial berikut:

1. Akun *instagram* LRT Sumsel sebaiknya meningkatkan aktivitas *posting* dengan membuat jadwal mengunggah konten ke media sosial, sehingga media sosial LRT Sumsel selalu *update*.

2. Akun *instagram* LRT Sumsel harus memperbaiki kualitas video yang diunggah dengan memanfaatkan aplikasi pengedit video agar dapat menarik lebih banyak *follower* dan pengguna LRT Sumsel.
3. Akun *instagram* LRT Sumsel dapat memperkaya kontennya dengan jenis – jenis konten lainnya yang menarik bagi *followers* seperti *webseries*, TVC, dan lain sebagainya.
4. Akun *instagram* LRT Sumsel dapat memanfaatkan *paid promote* di akun-akun *instagram* yang memiliki jumlah *follower* banyak yang tentunya sesuai dengan target pasar LRT Sumsel, ataupun melakukan promosi melalui fitur yang disediakan oleh *instagram* yang dapat diatur targetnya sehingga LRT Sumsel dapat lebih dikenal di pasaran dan berdampak pada tingkat okupansi.