

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan data-data yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa dalam perencanaan promosi melalui Instagram FOneSport Indonesia memiliki kekurangan yaitu pertama, dalam merancang pesan FOneSport Indonesia hanya berfokus kepada garis besar pesan tersebut tanpa membuat pesan khusus yang bisa dijadikan tema pada setiap tahunnya. Kedua, menetapkan jumlah anggaran promosi, dalam hal ini FOneSport Indonesia terasa masih sangat kurang karena anggaran promosi untuk saat ini masih sangat kecil dan juga tidak dianggarkan secara serius dan matang, padahal anggaran promosi yang cukup dan baik bisa membantu promosi event menjadi lebih luas lagi. Ketiga, dalam mengukur hasil promosi FOneSport Indonesia tidak memiliki standar pengukuran hasil promosi yang jelas dan terperinci sehingga untuk melakukan pengukuran terhadap hasil promosi masih kurang jelas. Keempat, tidak adanya divisi khusus yang mengurus media sosial Instagram milik event Rinjani 100, menjadikan akun Instagram tersebut sering “mati suri” dan hal itu menyebabkan pesan promosi yang ingin dan telah disampaikan menjadi lesu.

Dalam pelaksanaan promosi event Rinjani 100, FOneSport Indonesia memilih media sosial Instagram sebagai media promosi utama untuk melakukan promosi event Rinjani 100, karena Instagram merupakan media

social yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara yang sesuai dengan target sasaran event Rinjani 100. Oleh karena itulah dalam menyampaikan pesan kepada target sarasannya FOneSport Indonesia menggunakan bahasa Inggris yang merupakan bahasa international untuk berkomunikasi dengan target sarasannya dan juga menggunakan bahasa Inggris dalam keterangan-keterangan foto dan video di akun Instagram event Rinjani 100.

Pada proses evaluasi promosi di media sosial Instagram yang dilakukan FOneSport Indonesia adalah melihat bagaimana “lalu lintas” tagar #rinjani100 yang ada di Instagram, namun FOneSport Indonesia kurang memanfaatkan dan memperhatikan fitur yang diberikan Instagram untuk menganalisis lebih jauh mengenai tagar, unggahan yang paling berpotensi untuk diiklankan di Instagram, bagaimana penyebaran konten yang telah diunggah, dan lain sebagainya. Padahal Instagram Bisnis yang digunakan oleh FOneSport Indonesia telah memiliki fitur yang bernama Insight yang memuat data-data tersebut, sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan evaluasi promosi dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari data-data yang disediakan oleh fitur Insight tersebut. FOneSport Indonesia hanya melihat jumlah seberapa banyak tagar tanpa memperhatikan data yang lainnya yang juga disediakan oleh Instagram Bisnis itu sendiri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan untuk strategi promosi event Rinjani 100 di tahun selanjutnya, yaitu:

1. Dalam merancang pesan FOneSport Indonesia dapat lebih membuat pesan secara spesifik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih mudah oleh target sasaran dan membuat tema atau tagline dalam pelaksanaan event Rinjani 100 di tahun selanjutnya.
2. FOneSport Indonesia juga harus lebih memperhatikan jumlah anggaran promosi yang dikeluarkan untuk event Rinjani 100, karena anggaran promosi yang memadai dapat mendatangkan akibat yang baik untuk event Rinjani 100.
3. Untuk pengukuran hasil promosi peneliti menyarankan untuk FOneSport Indonesia untuk menggunakan fitur Insight yang terdapat didalam Instagram yang berisi perincian mengenai target sasaran, lokasi sasaran, unggahan yang paling berpotensi jika diiklankan dan lain sebagainya.
4. Untuk konten-konten unggahan di akun Instagram event Rinjani 100, FOneSport Indonesia juga perlu lebih memperhatikan lagi, kapan dan apa saja yang akan diunggah dalam akun Instagram tersebut, bila perlu FOneSport Indonesia membuat jadwal berapa minggu sekali untuk mengunggah sebuah konten, sehingga ketika

event telah berakhir target sasaran tidak lupa dan juga pesan yang disampaikan tiak menjadi lesu.

5. FoneSport Indonesia harus memiliki divisi khusus yang mengurus media sosial terutama Instagram agar akun Instagram selalu aktif dalam mengunggah konten dan mempromosikan event Rinjani 100.