

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Central Aluminium merupakan toko bahan bangunan milik perorangan yang dikategorikan sebagai usaha skala kecil dan dimiliki oleh Tan Hok Lay. Usaha ini berdiri sejak tahun 2004 dan bergerak di bidang jasa fabrikasi, khususnya pembuatan produk seperti pintu dan jendela aluminium, pintu pagar besi, partisi, plafon, kanopi, kayu, *railing*, serta berbagai produk lain yang berkaitan dengan material besi dan aluminium. Central Aluminium berlokasi di Jalan Hasanudin G64, Plombokan, Semarang Utara, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50171. Dalam cara interaksinya, Central Aluminium melakukan iklan melalui media cetak pada tahun 2022-2023. Data berdasarkan hasil wawancara dengan Tan Hok Lay menyatakan pernah melakukan interaksi melalui media koran yang dilakukan dengan pengeluaran Rp. 350.000.00,- perbulan pada tahun 2022-2023.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi interaksi melalui koran tersebut tidak efektif dan mengakibatkan kurangnya interaksi dengan pelanggan. Sehingga perlu dilakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi interaksinya. Penulis juga sudah melakukan penyebaran survei dari hasil survei tersebut menunjukkan mayoritas responden menunjukkan kebiasaan aktif menggunakan media sosial setiap hari untuk berinteraksi, dengan Facebook menjadi *platform* memiliki potensi besar sebagai saluran interaksi antara pelanggan dan penjual untuk saling berinteraksi menukar informasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan potensial sudah berada di dunia digital dan siap berinteraksi dengan bisnis melalui media sosial. Selain itu, mendengarkan umpan balik dari pelanggan, baik yang positif maupun konstruktif, juga akan meningkatkan loyalitas

Hal ini dapat diatasi dengan pemanfaatan media sosial membuat dan membagikan konten di Facebook berupa delapan konten video berisi cara produksi, manfaat dan keunggulan suatu produk dapat menarik *audiens* dan membangun kepercayaan. Video konten memberikan informasi bermanfaat yang

meningkatkan interaksi pelanggan. Dalam hasil ini isi dari video konten membahas berbagai produk yang dimiliki oleh Central Aluminium dan Profil Central Aluminium, seperti video 1 “Profil Central Aluminium” berisi tentang informasi UMKM/Perusahaan dari Central Aluminium. Pada video 2 “Manfaat *Awning Window*” berisi tentang apa saja manfaat yang diperoleh jika kita memakai jendela yang terbuat dari bahan aluminium. Pada video 3 “Manfaat Partisi Aluminium” berisi tentang informasi manfaat apa saja yang didapat jika menggunakan partisi aluminium. Pada video 4 “Motif Plafon PVC” berisi tentang informasi apa saja motif plafon PVC yang dimiliki oleh Central Aluminium. Pada video 5 “Tips and *Trick* Cara Memilih Plafon” berisi tentang tips and *trick* memilih plafon yang baik sesuai dengan kondisi ruangan yang diperlukan. Pada video 6 “Produksi Pagar Besi” berisi tentang cara produksi pagar besi milik central aluminium selain itu juga memproduksi pagar yang lain. Pada video 7 “Pintu Kayu dengan *Digital Lock*” berisi tentang informasi manfaat dari pintu kayu yang pada saat ini sudah dapat memasang *digital lock*. Pada video 8 “Pintu *Sliding* Aluminium” berisi tentang informasi manfaat dari pintu sliding aluminium.

Setelah video konten diunggah, dilakukan analisis terhadap aktivitas yang terjadi di media sosial, termasuk jumlah penayangan, suka, dan komentar yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penulis berhasil menyampaikan informasi mengenai produk dan merek melalui video konten kepada pengguna media sosial. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat interaksi yang baik dari konsumen melalui jumlah penayangan, suka, dan komentar pada video konten yang diposting. Komentar-komentar yang diberikan juga mencakup pertanyaan-pertanyaan terkait produk yang dipasarkan.

5.2 Saran

Dalam penyusunan tugas akhir berupa video konten bersama klien Central Aluminium, penulis mengidentifikasi beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki agar ke depannya Central Aluminium dapat lebih optimal dalam menarik pelanggan dan menjalankan interaksi yang lebih aktif. Untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas interaksi dengan pelanggan Central Aluminium harus mengelola dan

membuat video konten yang menarik dengan menyajikan visual yang berkualitas tinggi, audio yang jernih, serta narasi yang jelas dan informatif, didukung dengan tambahan elemen kreatif seperti testimoni pelanggan, proses produksi produk, atau penggunaan animasi sederhana untuk memperjelas informasi yang disampaikan.

Selain itu, supaya Central Aluminium lebih sering melakukan pemasaran melalui media sosial. Penambahan elemen interaktif seperti ajakan bertindak pertanyaan yang mengundang komentar, atau ajakan untuk berbagi video. Dengan melakukan variasi konten yang mencakup edukasi produk, tips dan trik, serta keunggulan produk yang ditawarkan, video akan lebih menarik perhatian sekaligus memberikan nilai tambah bagi calon pelanggan.