

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V yang merupakan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, Peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang peneliti berikan untuk Artch.Id dan juga peneliti berikutnya, yaitu:

#### 5.1 Kesimpulan

1. Periklanan yang dilakukan Artch.Id dalam proses branding di media sosial Instagram kepada konsumen berhasil meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek mereka secara efektif. Artch.Id memanfaatkan berbagai fitur di Instagram seperti *video reels*, *carousel*, dan *Instagram Ads* untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang luas. Strategi ini mencakup empat prinsip utama komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller: *public presentation*, *pervasiveness*, *amplified expressiveness*, dan *impersonality*. Artch.Id menjalankan kampanye iklan berbayar secara konsisten dan memposting konten rutin, yang memperkuat brand recall dan menciptakan kesan yang tahan lama di benak konsumen. Konsumen yang diwawancarai merasakan bahwa iklan yang disampaikan oleh Artch.Id memberikan informasi yang jelas dan detail, sehingga memudahkan mereka dalam memahami produk tanpa perlu banyak bertanya.

2. Promosi penjualan yang dilakukan Artch.Id dalam proses branding di media sosial berhasil meningkatkan keterlibatan dan ketertarikan konsumen. Artch.Id menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi tentang produk dan promosi dengan konten visual yang menarik dan persuasif. Hal ini berhasil menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Pemberian diskon, promo khusus, dan gratis ongkir oleh Artch.Id berhasil memberikan nilai tambah bagi konsumen dan mendorong mereka untuk bertransaksi. Ini menunjukkan bahwa insentif yang diberikan efektif dalam menarik minat konsumen. Melalui *giveaway* dan kontes rutin di Instagram, Artch.Id berhasil mengundang konsumen untuk berpartisipasi aktif. Promosi ini tidak hanya menarik perhatian pengikut tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek.
3. Hubungan masyarakat dan publisitas yang dilakukan Artch.Id dalam proses branding di media sosial Instagram berhasil meningkatkan kesadaran merk dan reputasi merek mereka secara efektif. Artch.Id membangun kredibilitas melalui testimoni pelanggan dan UGC, yang memberikan gambaran nyata dan otentik tentang penggunaan produk mereka. Testimoni ini membantu meningkatkan kesadaran merk. Dengan berinteraksi aktif dan responsif di Instagram, Artch.Id mampu menjaring pembeli potensial tanpa bergantung pada iklan berbayar. Interaksi rutin dengan pengikut, seperti menjawab pertanyaan di kolom komentar dan merepost story, membantu mereka menjangkau audiens baru melalui

aktivitas hubungan masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan. Artch.Id menggunakan kolaborasi dengan influencer dan komunitas untuk meningkatkan visibilitas dan menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen. Kampanye seperti ArtchxDreezel 2023 menunjukkan bagaimana mereka mendramatisir merek melalui konten kolaborasi yang menarik perhatian publik.

4. Pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan Artch.Id dalam proses branding di media sosial Instagram menunjukkan bahwa strategi ini berhasil meningkatkan keterlibatan dan penjualan dengan cara yang personal dan tepat waktu. Artch.Id menyesuaikan pesan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi individu dengan menggunakan fitur interaktif Instagram seperti *Polls* dan *Questions*. Interaksi ini memungkinkan Artch.Id mengumpulkan data preferensi konsumen dan menyesuaikan pesan mereka agar lebih relevan dan menarik. Konten yang dibagikan selama *live streaming* sering kali ditargetkan berdasarkan umpan balik langsung dari audiens, menciptakan pesan yang lebih personal. Artch.Id menyampaikan pesan pemasaran secara cepat dan responsif melalui fitur live streaming dan interaksi real-time di Instagram. Mereka memberikan informasi terbaru tentang produk dan menanggapi pertanyaan konsumen secara langsung, memastikan pesan mereka tetap relevan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Artch.Id telah berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Hal ini terbukti dari tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran

yang dijalankan secara sistematis oleh Artch.Id, yang berhasil menunjang keberhasilan proses pemasaran mereka. Artch.Id juga selalu melibatkan konsumen dan followers dalam setiap kegiatan, sesuai dengan tujuan mereka untuk menjaga hubungan dan berinteraksi secara aktif dengan konsumen. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan Artch.Id selalu mendapatkan tanggapan positif, menciptakan kesadaran merek dan kesan yang baik di mata konsumen dan *followers*.

## **5.2 Saran**

Setelah peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh Artch.Id yaitu sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Bagi Artch.Id**

1. Artch.Id dapat mempertimbangkan untuk menambah variasi jenis konten seperti infografis, tutorial, atau behind-the-scenes untuk memberikan sudut pandang yang lebih kaya tentang merek dan produknya.
2. Artch.Id dapat menggunakan alat analitik yang lebih mendalam untuk memantau performa setiap jenis konten dan kampanye iklan akan membantu Artch.Id dalam menyesuaikan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.
3. Selain Instagram, mempertimbangkan untuk mengeksplorasi platform media sosial lain seperti TikTok atau Facebook untuk menjangkau segmen audiens yang berbeda dan memperluas jangkauan merek.

4. Menjaga konsistensi dalam visual branding, tone of voice, dan pesan yang disampaikan di semua platform media sosial untuk memperkuat identitas merek dan memastikan bahwa konsumen memiliki persepsi yang konsisten terhadap Artch.Id.
5. Artch.Id diharapkan agar dapat terus mempertahankan strategi branding yang telah dibangun agar konsumen tetap memiliki kepercayaan yang sama terhadap Artch.Id sebagai brand lokal Indonesia.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti berikutnya disarankan untuk meningkatkan pengetahuan dengan membaca lebih banyak dan mencari referensi terkait topik penelitian guna memperluas pemahaman dan wawasan.
2. Peneliti berikutnya disarankan untuk mengumpulkan informasi mendalam mengenai objek penelitian sebelum menentukan judul penelitian.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempersiapkan diri dengan baik, baik secara fisik maupun mental, untuk menghadapi proses penelitian.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengatur waktu secara efektif agar pelaksanaan penelitian dapat berlangsung dengan optimal.