

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V merupakan bagian akhir pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada BAB ini peneliti akan memberikan penjabaran terkait kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan juga saran yang peneliti berikan untuk Nyongsqee dan juga untuk peneliti berikutnya:

5.1 Kesimpulan

1. Pada tahap perencanaan, Nyongsqee mengidentifikasi khalayak sasaran dengan mengelompokkan khalayak yang berbeda baik khalayak yang menjadi pembeli saat ini maupun potensial. Khalayak tersebut adalah perempuan berusia 18-55 tahun, khususnya di daerah Kota Bandung dan sekitarnya dengan fokus pada ibu-ibu dan individu yang memiliki minat dalam kecantikan & *modelling*. Nyongsqee melakukan *targeting* dengan menjangkau audiens yang terdiri dari perias/ *makeup artist* kemudian memperkenalkan diri sebagai agensi model. Nyongsqee berencana menciptakan konten video dan foto menarik yang nantinya digunakan saat membuat iklan dan promosi. Konten ini juga bertujuan untuk menarik perhatian target pasar di Instagram. Selain itu, Nyongsqee juga berencana untuk menawarkan harga kompetitif dan promo menarik untuk membedakan diri dari kompetitor. Nyongsqee juga menawarkan *talent* yang responsif terhadap informasi mengenai klien yang mencari *talent*. Nyongsqee juga menetapkan tujuan pemasarannya dengan memperkenalkan diri sebagai agensi model melalui kerjasama dengan perias dan pembuatan konten promosi

atau konten lainnya. Terakhir, mereka juga berencana untuk menetapkan anggaran dengan metode *affordable* untuk pelaksanaan iklan dan promosi.

2. Pada tahap pelaksanaan, Nyongsqee menggunakan iklan berbayar di waktu tertentu untuk mempromosikan layanan jasa *talent* mereka untuk menarik perhatian dan mendorong interaksi. Iklan yang biasa digunakan oleh Nyongsqee di Instagram adalah jenis iklan Story. Iklan ini muncul di antara cerita pengguna di Instagram Story dengan durasi 15 detik per slide. Selain itu, Nyongsqee menciptakan dan mempublikasikan video promosi berupa *reels* yang kemudian sering diposting Nyongsqee ke Instagram Story. Nyongsqee juga melakukan kolaborasi antara *talent* Nyongsqee dan klien *makeup artist* dengan tujuan dapat memberikan eksposur tambahan bagi klien maupun Nyongsqee karena dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Tak lupa juga, Nyongsqee selalu aktif berinteraksi dengan audiens melalui komentar, DM, dan fitur instagram. Nyongsqee juga selalu merespons *feedback* untuk menjaga reputasi *brand*.
3. Pada tahap evaluasi ini, Nyongsqee selalu rutin melakukan evaluasi setiap bulan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas pemasaran berjalan sesuai rencana dan mencapai target yang telah ditetapkan. Evaluasi ini dilakukan oleh admin Instagram @Nyongsqee, beberapa *talent*, dan juga *owner* Nyongsqee. Dalam proses evaluasi, Nyongsqee mengukur peningkatan tayangan dan interaksi, serta menilai tingkat ingatan dan tanggapan konsumen terhadap pesan pemasaran. Evaluasi menunjukkan peningkatan kesadaran merek dan pengaruh

positif terhadap perilaku konsumen, terutama dalam hal rekomendasi dan pembelian

Bagi Nyongsqee sebagai agensi penyedia jasa *talent* yang beroperasi di Instagram, strategi komunikasi pemasaran sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tepat sasaran. Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi sangat penting bagi Nyongsqee dalam membangun *brand awareness* di Instagram. Pada tahap perencanaan, Identifikasi audiens target, pembuatan rencana konten yang sesuai, serta penetapan anggaran yang tepat dalam tahap perencanaan sangat membantu Nyongsqee dalam menjalankan pelaksanaan secara lebih efektif. Dengan mengetahui siapa audiens yang ingin dijangkau, Nyongsqee dapat menyusun pesan yang tepat untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Rencana konten yang matang memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan relevan, sementara anggaran yang tepat memungkinkan alokasi sumber daya yang efisien, sehingga iklan dan promosi dapat dijalankan tanpa pemborosan dan dengan hasil yang optimal. Memperhatikan visual pada iklan dan promosi pada tahap pelaksanaan mampu meningkatkan daya tarik Nyongsqee. Visual yang menarik dan berkualitas tinggi dapat menarik perhatian calon pelanggan, memperkuat pesan yang ingin disampaikan, dan meningkatkan kesan profesionalisme serta kredibilitas Nyongsqee sebagai sebuah agensi. Dengan visual yang tepat, Nyongsqee tidak hanya dapat memaksimalkan engagement tetapi juga memperkuat brand identity, sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh audiens. Pada tahap evaluasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa Nyongsqee secara rutin menilai efektivitas strategi pemasaran mereka melalui analisis data interaksi dan respons

audiens di Instagram setiap bulan. Evaluasi ini mencakup pengukuran dampak konten, penawaran promo, dan harga kompetitif terhadap brand awareness. Hasil evaluasi membantu Nyongsqee memahami sejauh mana tujuan brand awareness tercapai dan memberikan umpan balik untuk memperbaiki strategi yang kurang efektif. Dengan evaluasi bulanan, Nyongsqee dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam upayanya serta membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan hasil dan efektivitas di masa depan. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*) secara efektif, meningkatkan visibilitas layanan mereka, dan memperkuat kepercayaan serta keterlibatan klien. Dengan strategi komunikasi yang terencana dan terkoordinasi, Nyongsqee tidak hanya memperkenalkan *brand* kepada audiens baru tetapi juga mempertahankan hubungan positif dengan audiens yang sudah ada, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Nyongsqee sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Nyongsqee

1. Nyongsqee diharapkan dapat mempertahankan konsistensi dalam menyajikan konten yang menarik dan informatif sambil mengeksplorasi berbagai jenis konten baru, seperti konten infografis dan video *behind the scene* untuk menjaga minat audiens.
2. Nyongsqee diharapkan untuk selalu mempertahankan melakukan evaluasi dan analisis rutin terhadap kinerja iklan ataupun konten promosi agar

memungkinkan Nyongsqee untuk menyesuaikan strategi yang sesuai dengan *feedback* audiens. Evaluasi ini membantu dalam mengidentifikasi apa yang efektif dan apa yang perlu diperbaiki sehingga strategi dapat diperbarui untuk mencapai hasil yang optimal.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya membaca lebih banyak referensi dan mencari sumber informasi tambahan agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian.
2. Peneliti selanjutnya perlu mempersiapkan diri secara fisik dan mental sebelum memulai penelitian, dengan cara menyusun rencana yang jelas dan menjaga kesehatan agar proses penelitian berjalan lancar.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengatur waktu dengan baik di setiap tahap penelitian, mulai dari perencanaan hingga analisis data, untuk memastikan penelitian berjalan efisien dan efektif.
4. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengunjungi lokasi penelitian sebelum menetapkan judul, agar bisa memastikan tempat tersebut sesuai dan menghindari masalah yang tidak diinginkan.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih aktif dalam mencari informan dan solusi jika menghadapi kendala, agar proses pengumpulan data bisa berjalan dengan baik dan informasi yang diperlukan dapat diperoleh.