

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran sangat diperlukan dalam memasarkan produk MS Glow untuk menarik minat remaja kota Bandung. Strategi komunikasi pemasaran bertujuan untuk memberikan informasi (*informing*), mengajak (*persuading*), dan kembali mengingatkan (*reminding*). Strategi komunikasi pemasaran memegang peranan utama untuk melakukan segmentasi pasar bagi produk MS Glow.

Penggunaan media Instagram sebagai wadah melakukan promosi dinilai sebagai langkah yang efektif dan efisien untuk mencapai target pasar dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang didominasi oleh remaja sehingga promosi dengan membuat konten-konten yang di upload di Instagram merupakan suatu hal yang fundamental. Berakar dari hal tersebut menjadikan Instagram sebagai media promosi online yang dinilai tepat dengan target pasar. Khususnya remaja pada kota Bandung.

Berdasarkan hasil tinjauan mikro dapat disimpulkan bahwa:

1. Kreativitas *Selebrity endorser* dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran MS Glow lewat media Instagram yakni dengan membuat konten kreatif yang berupa foto atau video yang bertujuan untuk menarik minat dan perhatian khalayak khususnya remaja Kota Bandung.
2. Kredibilitas *selebrity endorser* dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran MS Glow yakni dengan memberikan informasi produk yang

sesuai sehingga dapat meyakinkan akan keaslian produk MS Glow. Selain itu *celebrity endorser* memberikan testimoni real hasil dari pemakaian produk MS Glow selama sebulan untuk memastikan bahwa produk MS Glow benar-benar aman.

3. Kesesuaian *celebrity endorser* dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran MS Glow yakni bersifat persuasive tanpa memberikan unsur-unsur kedaerahan. Konten yang dibuat sesuai dengan trend yang sedang terjadi sehingga semua golongan dapat memahami komunikasi pemasaran yang disampaikan serta dapat menggunakan produk dengan aman.

5.2 Saran

1. Celebrity endorser, pelaku bisnis dan pengguna media sosial selalu memanfaatkan teknologi dengan positif seperti dalam mempromosikan produk/jasa selalu berlaku agar konsumen tidak merasa dirugikan.
2. Peneliti yang akan melakukan penelitian serupa terutama kepada mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, bahwa dalam proses pengumpulan data diperlukan ketelitian untuk segala informasi yang didapatkan, karena dalam dunia virtual akan ada banyak hal yang terlihat tidak sesuai dengan kenyataannya,
3. Universitas Komputer Indonesia untuk dapat menambahkan atau memperbaharui koleksi buku terutama mengenai metode penelitian atau kajian studi yang baru. Sehingga mahasiswa dapat membuat sebuah penelitian dengan studi yang menghasilkan ilmu pengetahuan baru.