

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

BAV ini merupakan akhir dari penelitian yang dilakukan. Dimana dalam BAB V peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan juga saran-saran yang peneliti berikan baik untuk miracle dan juga untuk peneliti berikutnya

5.1 Kesimpulan

1. Miracle melakukan kegiatan periklanan melalui sosial media Instagram *miraclemates*, memanfaatkan fitur Instagram *bussines* miracle melakukan kegiatan Periklanan melalui sosial media Instagram dan memudahkan miracle dalam menarik calon konsumen. Kegiatan ini dilakukan oleh marketing miracle, dalam prosesnya miracle menggunakan fitur *insight* untuk meriset target dan sasaran *audience* dan menganalisis performa strategi marketing miracle juga pengaruhnya terhadap khalayak atau pengikut miracle, selanjutnya melakukan pengektifan budget yang disesuaikan dengan target dan sasaran, dan kegiatan Periklanan yang dilakukan miracle melalui media Instagram berisi tentang konten produk-produk baru hingga diskon yang dilakukan melalui iklan di sosial media Instagram, dengan *fitur swipe up* yang mengarahkan konsumen ke *website* atau *marketplace* miracle untuk pembelian. Hasil periklanan diantaranya adalah periklanan melalui sosial media Instagram miracle efektif dengan

budget yang minim dan pendapatan yang melebihi target. lalu mempengaruhi kesadaran, pengetahuan, kesukaan, pemilihan, keyakinan, hingga pembelian aktual konsumen. Perusahaan mampu memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan sebuah pesan kepada konsumen, dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk miracle.

2. Miracle melakukan kegiatan promosi penjualan melalui sosial media Instagram *miraclemates*, kegiatan insentif-insentif jangka pendek, melalui diskon yang sering dilakukan pada hari-hari tertentu karena pada momen-momen tertentu naluri membeli konsumen cukup tinggi dan momen itu yang di manfaatkan miracle untuk melakukan kegiatan promosi penjualan, dalam pelaksanaanya miracle menggunakan fitur *instastory* dan *feed* untuk menyebarkan *flyer* yang berisi diskon, fitur QnA dan *question box* di *instastory* yang bertujuan agar informasi dan pesan tidak simpang siur dan dapat lebih informatif dan fitur *countdown* yang berfungsi sebagai pengingat tentang kegiatan promosi penjualan miracle, lalu yang terakhir melalui fitur *tap link* di *instastory* miracle, fitur tersebut memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian yang membuat konsumen langsung *ter direct* ke halaman *marketplace* miracle. dan hasil kegiatan promosi penjualan yang dilakukan miracle melalui media Instagram, miracle mampu memanfaatkan Instagram untuk memberikan informasi tentang promosi penjualan insentif-insentif jangka pendek, penawaran eksklusif dengan diskon dan mendorong konsumen untuk membeli produk miracle.

3. Miracle melakukan kegiatan hubungan masyarakat dan publikasi melalui sosial media Instagram @miraclemates, miracle memanfaatkan Instagram untuk mempublikasikan segala kegiatan kolaborasinya, penyebaran informasi acara hingga produk yang cepat dan luas, tentu ini membangun reputasi yang baik dimata pembeli dan media. Seperti kolaborasi yang telah dilakukan miracle dengan Hammerstout, @Jakartasneakerdaymedia yang mempublikasikan kolaborasi miracle, dan menginformasikan tentang kolaborasi tersebut, ini tentunya menjadi hal yang positif bagi miracle dalam menarik minat beli konsumen dan juga untuk membangun hubungan baik dengan orang - orang yang terlibat. Dan memanfaatkan *brand ambassador* melalui sosial media Instagram, hal ini untuk meningkatkan citra baik dari brand dan kemudian *impact* dari *brand ambassador* yang dapat memaksimalkan dampak aktivitas komunikasi terhadap audiens yaitu memenuhi harapan audiens terhadap miracle dalam menarik minat beli konsumen dan membangun reputasi yang baik dimata pembeli.
4. Miracle melakukan kegiatan pemasaran langsung melalui sosial media Instagram miracle dalam menjalin hubungan ini adalah dengan rutin berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui fitur *direct messages*. Hasil pemasaran langsung diantaranya adalah konsumen miracle merasa nyaman, para pelanggan tidak harus pergi ke toko miracle yang berada di kota bandung, dengan biaya lebih untuk menemukan dan membeli produk. Lalu mudah dan bersifat pribadi, konsumen miracle dapat mempelajari produk dan jasa yang tersedia tanpa harus menunggu dan menyelesaikan

urusan dengan shopkeeper miracle. Informasi Komparatif, melalui akun Instagram *miraclemates*, konsumen dapat mendapatkan informasi komparatif, tentang perusahaan, produk, dan pesaingnya. Interaktif dan segera, konsumen *miraclemates* melalui sosial media Instagram dapat mendapatkan informasi secara cepat dan seketika dalam berinteraksi dengan admin sosial media miracle melalui fitur *direct messages* dengan tepat tentang konfigurasi informasi, produk, atau layanan yang mereka inginkan, kemudian memesan produk miracle. Pemasaran langsung melalui media sosial Instagram *miraclemates* terbukti menjadi alat yang kuat untuk membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, mengkomunikasikan informasi dan produk mereka, dan mengirimkan produk serta layanan secara lebih efisien dan efektif.

Strategi komunikasi pemasaran miracle melalui media sosial Instagram @*miraclemates* diharapkan telah mampu menarik minat beli konsumennya, Strategi pemasaran yang sudah dijalankan melalui sosial media Instagram *miraclemates*, (1) Periklanan, dapat mempengaruhi kesadaran, pengetahuan, kesukaan, pemilihan, keyaninan, hingga pembelian aktual konsumen di Instagram, (2) Promosi penjualan, dapat mendorong konsumen untuk membeli produk melalui diskon yang di sebarkan di Instagram, (3) Humas dan publikasi, dapat membangun hubungan baik dengan orang – orang yang terlibat dan meningkatkan citra melalui kolaborasi dan *brand ambassador* di Instagram (4) Pemasaran langsung, dapat membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, mengkomunikasikan informasi dan produk secara lebih efisien dan efektif di Instagram.

5.2 Saran

Setelah melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh miracle, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi perusahaan Miracle

1. Miracle diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan bentuk strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan, promosi penjualan, humas dan publikasi, dan pemasaran langsung melalui media sosial Instagram dalam mempertahankan brand image perusahaan dan minat beli konsumen.
2. Guna mengembangkan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media Instagram, diharapkan miracle mempunyai SDM di bidang konten kreator untuk menggarap segala konten yang akan di iklankan, dalam pengembangan konten yang baru dan lebih fresh, informatif agar pesan yang disampaikan oleh miracle dapat diterima oleh khalayak yang lebih luas dalam menarik minat beli konsumen.
3. Diharapkan miracle dapat mengembangkan pelaksanaan kegiatan promosi penjualan melalui media sosial Instagram, melalui kupon, *give away* dan penawaran menarik lainnya melalui media sosial diharapkan dapat mempengaruhi dan menarik minat beli konsumen yang lebih luas.
4. Diharapkan miracle mempunyai SDM di bidang Humas diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas dalam menjalin koneksi untuk bekerjasama dengan lembaga – lembaga lain, mengadakan *event* yang lebih

banyak untuk dapat mengembangkan potensi dan efektifitas dalam mempublikasikan segala kegiatan kolaborasinya, penyebaran informasi acara hingga produk yang cepat dan luas melalui sosial media Instagram dalam menarik minat beli konsumen dan membangun reputasi yang baik dengan orang - orang yang terlibat, lingkungan sekitar, *stakeholder*, dan pembeli.

5. Diharapkan Miracle dapat lebih tanggap dan lebih optimal dalam menanggapi dan membangun hubungan dengan pelanggan, dalam meningkatkan penjualan, dan mengkomunikasikan informasi dan produk mereka, dalam kegiatan pemasaran langsung melalui media sosial media Instagram dapat lebih lebih efisien dan efektif.
6. Diharapkan Miracle mempunyai timeline posting di sosial media Instagram, agar konten atau pesan yang akan disampaikan dapat berjalan sesuai dengan rencana.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran – saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat membaca dan mencari referensi mengenai hal yang akan diteliti sehingga banyak wawasan baru yang dapat diperoleh.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian baik fisik dan mental.
3. Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan observasi dengan lebih teliti dan juga gencar dalam mencari jawaban informan.

4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat menjaga selalu kesehatan fisik serta mental karena Kesehatan dapat mempengaruhi proses penyusunan penelitian skripsi.
5. Faktor lingkungan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kenyamanan dalam mengerjakan skripsi, maka disarankan untuk mencari tempat yang lebih kondusif dan nyaman untuk menyusun penelitian sesuai prefensi masing – masing.