

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan untuk menjawab dari pertanyaan penelitian ini yaitu tentang bagaimana Pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran online sudah tepat, apalagi hal yang ditunjukkan adalah pengenalan produk melalui sebuah foto yang menarik, sehingga mampu membuat konsumen menjadi penasaran. Keberhasilan dalam peningkatan jumlah konsumen melalui strategi komunikasi pemasaran di era digital yang diusung merupakan bagian akhir yang peneliti ingin simpulkan pada penelitian ini. Penulis menemukan temuan yang didapat saat di lapangan selanjutnya pada akan di cocokkan dengan tahapan-tahapan.

Polastd telah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Konsep polastd dibuat dengan konsep *Instagramable*. Instagram merupakan satu-satunya media sosial polastd melakukan kegiatan promosi. Tujuan Promosi melalui *Instagram* supaya lebih dikenal masyarakat luas, mendapatkan bantuan dari donatur, dan lebih banyak pengunjung. Fitur-fitur yang dimanfaatkan seperti fitur *upload* foto dan video dengan menambahkan *caption*, *hashtag* (#), *tagging*, *maps*, *aroba*, dan terhubung ke media sosial lain. Fitur yang lebih sering digunakan polastd fitur *Multiple Image & Video Posts* yaitu pengguna dapat memposting foto atau video secara bersamaan dengan jumlah maksimal sebanyak 10 buah.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan Saran untuk para pebisnis online yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi. Diera yang serba digital ini, lebih baik para pebisnis bisa lebih bijak dalam pemanfaatan media sosial untuk dijadikan media pemasaran online. Oleh karena itu, para pebisnis online harus mengetahui bagaimana langkah pemilihan media yang tepat, sebelum menggunakan media

sosial sebagai media pemasaran *online*. Karena media sosial yang tepat akan mempengaruhi bagaimana sebuah produk dikenal atau tidaknya oleh para pengguna media sosial lainnya.

Tetapi, sangat disayangkan jarang aktif membuat konten yang bersangkutan dengan karyawan atau staffnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar @polastd lebih aktif lagi membuat konten dengan karyawan atau staff agar membuat para *follower* dapat terlihat lebih dekat.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Bagi penelitian selanjutnya, tentu penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu perlunya lebih detail dalam melakukan riset dengan adanya tanggapan dari pihak konsumen untuk melihat tingkat kepuasan dan peneliti dapat melihat dan mengalami secara langsung berbagai aktivitas dan perilaku dari subjek penelitian. Dengan demikian, penelitian akan memperoleh data lapangan yang lebih lengkap, serta dapat menganalisis fenomena lebih tajam dan mendalam

### **5.2.2 Saran Praktis**

Semakin banyaknya penyedia jasa *digital agency*, dan juga pesaing pasar yang semakin ketat. Peneliti mempunyai pandangan bahwa hal tersebut dapat diatasi dengan penambahan konten yang lebih menarik agar bisa membuat para pengikut lebih dekat dengan akun @polastd di Instagram dan konsumen, untuk mempererat komunikasi dengan konsumen dan kepercayaan konsumen dapat berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di Pola Kreasi Nusantara yang beralamat di Jalan. Lokasi penelitian ini dilakukan di studio langsung @polastd yang beralamat di Lokasi penelitian ini dilakukan di studio langsung @polastd yang beralamat di Jl. St baddarudin 1, Blok Q2 No 04 RT/RW 12/006 Margamulya, Bekasi Utara, Bekasi, Jawa Barat. Terhitung dari tanggal – peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

@polastd harus sering membuat konten untuk mempererat hubungan antara followers atau pengikut di akun Instagram pendekatan dengan konsumen di pertahankan, untuk penambahan konten yang lebih menarik agar bisa membuat para pengikut lebih dekat dengan akun @polastd di Instagram dan konsumen, untuk mempererat komunikasi dengan konsumen dan kepercayaan konsumen dapat berjalan dengan lancar.

