

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah peneliti jabarkan, kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

Aktivitas komunikasi pemasaran digital yang dilakukan C&F pada akun Instagram @cnfstoreofficial yaitu:

1. Posting visual foto dengan mengamati terlebih dahulu hal-hal yang menjadi highlight pada produk tersebut, lalu akan memposting mulai dari product introduction dan setelah itu akan dijabarkan mengenai product knowledge yang akan di posting tiga kali pada setiap bulan.
2. Periklanan (*advertising*), C&F menggunakan iklan berbayar untuk memperluas pemasaran, konten yang digunakan yaitu visual foto yang berisi promosi penjualan serta event yang akan atau sudah berlangsung dengan memposting dua sampai tiga iklan pada setiap harinya.
3. Promosi Penjualan (*sales promotion*), promosi penjualan yang dilakukan C&F yaitu dengan bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL) dan *Fragrance/beauty community*, hal ini dilakukan dengan cara para KOL dan *Fragrance/beauty community* membuat konten berupa video atau foto pada story Instagram atau feeds Instagram mulai dari produk introduction, produk knowledge hingga kepada pemberian voucher code untuk setiap penjualan, dan tidak lupa setiap postingan para KOL dan *Fragrance/beauty community* akan menandai/ tagging Instagram C&F yaitu @cnfstoreofficial yang akan diposting dua sampai tiga konten pada setiap feeds, reels, maupun story Instagram.
4. Pemasaran langsung (*direct marketing*) dalam hal ini C&F menggunakan fitur Instagram shop sebagai pemasaran langsung dengan memberikan katalog dengan deskripsi produk serta harga produk tersebut yang akan memposting katalog online ini setiap awal *launching* produk baru. Namun

pada hal ini jika konsumen melakukan klik pada produk yang terdapat pada Instagram shop akan dialihkan ke website official C&F yaitu cnfstore.com.

Dari semua aktivitas yang dilakukan oleh C&F di Instagram, yang paling efektif yaitu bekerja sama dengan para KOL dan *beauty/fragrance community* dalam memasarkan produk.

Bauran komunikasi pemasaran yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hanya tiga aspek bauran, yaitu Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), dan Pemasaran Langsung (*direct marketing*) (Firmansyah, 2020).

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang didapatkan, penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Tim PR, Event dan Digital C&F harus terus menjalankan komunikasi pemasaran digital C&F pada akun Instagram @cnfstoreofficial dalam memasarkan produknya, serta terus meningkatkan pada platform media sosial yang belum dilakukan seperti Tik-Tok.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti lain dapat melanjutkan penelitian mengenai aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan C&F dengan meneliti lebih menyeluruh tidak hanya di media sosial saja serta menggunakan metode kuantitatif.