

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai pemanfaatan fitur *Instastory* sebagai media komunikasi pemasaran pada akun @glow.up.beautybar dapat disimpulkan bahwa akun @glow.up.beautybar memanfaatkan fitur *Instastory* sebagai media komunikasi pemasarannya, dari pemanfaatan *Instastory* tersebut terdapatnya penggunaan *sound* yang sedang viral, penggunaan video, gambar, teks, stiker dan tagar #BeautyIsCheap didalam konten komunikasi pemasaran serta penggunaan *template* yang didesain berbeda setiap bulan. 4P dalam konten bulan Maret-Juni memiliki beberapa komponen yang paling menonjol dan tidak, hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dan pengamatan selama proses dilakukan. Selain itu, dari konsep bauran pemasaran 4P memiliki keterbaruan yang ditemukan dari hasil wawancara yakni adanya salah satu elemen 7P . Elemen 7P tersebut adalah *process*, pada *process* ini akun @glow.up.beautybar memiliki cara uniknya dalam memasarkan produk-produk melalui pemanfaatan fitur *Instastory* dengan cara memberikan potongan harga di *member card* untuk setiap transaksi sebesar Rp 100.000.

Dengan pemanfaatan fitur *Instastory* sebagai media komunikasi pemasarannya, *brand image* pada akun @glow.up.beautybar mendapatkan pandangan positif dimata *followers* baik berupa kepuasan, kenyamanan dan tanggapan melalui fitur *Instastory* sebagai sebuah akun yang mempertahankan konsistensi dan keaktifan dalam kegiatan komunikasi pemasaran.

## 5.2 Saran

Fitur *Instastory* yang dimanfaatkan akun @glow.up.beautybar diharapkan tetap memanfaatkan untuk kebutuhan sebagai media komunikasi pemasaran, pemanfaatan tersebut meliputi penggunaan *template*, tagar *#BeautyIsCheap*, pengemasan konten dari segi video, gambar, teks, tagar dan juga *sound* yang digunakan. Peneliti berharap akun @glow.up.beautybar tetap memberikan konsistensi, kreatifitas pada kegiatan komunikasi pemasarannya melalui pemanfaatan fitur *Instastory*. Sehingga *followers* akan semakin tertarik atas komunikasi pemasaran yang dilakukan dan membuat akun @glow.up.beautybar juga akan dikenal baik dimata *followers*. Dalam penelitian ini, penulis sadar bahwa peneliti masih terdapat banyak kekurangan dalam mengkaji konsep bauran pemasaran 4P yang dikemukakan oleh Philip Kotler & Gary Armstrong. Maka besar harapan peneliti terhadap penelitian selanjutnya agar dapat mengkaji secara mendalam lagi sehingga penelitian yang dilakukan dapat dipaparkan lebih baik lagi.