BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, observasi, dan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh More Vapor Galaxy Bekasi sebagai sarana promosi telah dilakukan secara strategis, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan target audiens. More Vapor tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi dua arah yang membangun keterlibatan emosional, loyalitas, dan brand image yang kuat. More Vapor Galaxy Bekasi menggunakan pendekatan content pillar yang terdiri dari empat kategori utama: promotional, educational, entertainment, dan conversational. Masing-masing kategori konten disesuaikan dengan tujuan promosi yang berbeda. Akun @morevapor.galaxy_bekasi secara aktif menggunakan fitur-fitur utama Instagram seperti Feed, Stories, Reels, Highlights, DM, dan Insight.

Strategi komunikasi pemasaran digital melalui Instagram yang dilakukan oleh More Vapor Galaxy Bekasi telah memberikan hasil yang nyata dan signifikan, baik terhadap persepsi konsumen, partisipasi mereka, maupun perkembangan brand secara keseluruhan. Dampaknya, konsumen merasa aman dan tidak ragu untuk melakukan transaksi, baik secara online melalui DM maupun datang langsung ke toko. Strategi promosi yang interaktif melalui fitur-fitur seperti kuis, polling, dan giveaway terbukti membuat konsumen tidak hanya menjadi pembeli, tetapi juga terlibat aktif dalam aktivitas promosi. Dengan pendekatan strategis dan humanis melalui Instagram, More Vapor Galaxy Bekasi berhasil menciptakan dampak nyata dalam membangun brand mereka secara digital. Hal ini menjadikan akun Instagram @morevapor.galaxy_bekasi bukan sekadar alat promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyatukan brand dan konsumen dalam satu ekosistem komunitas digital yang hidup.

5.2 Saran

1. **Praktis**

More Vapor Galaxy Bekasi sebaiknya terus mengembangkan konten berbasis strategi content pillar dengan lebih seimbang. Saat ini konten promosi mendominasi, sementara konten edukatif dan hiburan masih bisa ditingkatkan. Dengan mengoptimalkan konten edukasi dan hiburan, toko dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Disarankan agar tim media sosial secara rutin menganalisis performa konten menggunakan fitur Instagram Insight. Melalui data ini, tim dapat mengetahui jenis konten yang paling disukai audiens, waktu terbaik untuk posting, serta segmentasi usia dan minat pengikut. Informasi ini akan sangat berguna untuk menyusun strategi konten yang lebih tepat sasaran dan berbasis data.

2. **Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau akademisi lain yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, dengan pendekatan *content pillar* (promotional, educational, entertainment, dan conversational).