BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Temuan yang diperoleh peneliti dari penelitian tentang Komunikasi Pemasaran XLuno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL *(Extra large)* dan 7 XL Melalui Akun Instagram @Xluno.official. Kesimpulannya adalah Strategi komunikasi pemasaran XLuno secara efektif memanfaatkan platform Instagram untuk mempromosikan pakaian ukuran besar (XL hingga 7XL) melalui pendekatan yang menggabungkan *content creation, community building, connecting,* dan promosi penjualan.

Penelitian fokus pada komunikasi pemasaran dan *content marketing* yang dilakukan dengan cara membuat *content sharing, connecting, community building dan content creation* dalam mempromosikan produk pakaian berukuran besar, Xluno secara konsisten menghasilkan konten *visual* yang menarik dengan berkolaborasi bersama *influencer,* dan video pendek untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas sekaligus membangun kepercayaan terhadap merek melalui akun *Instagram.*

Aktivitas promosi penjualan yang melibatkan diskon kilat, *giveaway,* dan kampanye tematik berhasil meningkatkan minat pelanggan baru dan memperkuat loyalitas pelanggan lama. Selain itu, interaksi langsung dengan pelanggan melalui komentar, pesan, dan komunitas *online* menciptakan hubungan *emosional* yang kuat, menjadikan merek lebih relevan dan dekat dengan *audiens* bertubuh besar.

Sebagai salah satu merek yang berkomitmen pada *segmen big size*, Xluno tidak hanya menawarkan produk tetapi juga mempromosikan inklusivitas dan keberagaman, sehingga memperkuat peluang positif sebagai merek yang peduli terhadap kebutuhan konsumen bertubuh besar. Dengan strategi kreatif yang berbasis pelanggan, Xluno telah berhasil mengukuhkan posisinya dalam industri pakaian ukuran besar di Indonesia.

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Peneliti telah menyelesaikan proses penelitian di XLuno peneliti memberikan saran secara umum atas Komunikasi Pemasaran XLuno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL *(Extra large)* dan 7 XL Melalui Akun Instagram @Xluno.official, yaitu:

1. Komunikasi Pemasaran

   Baiknya, Xluno selalu mengoptimalisasikan fitur media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran nya. Seperti pemanfaatan *Instagram reels*, selalu menggunakan *hastag* strategis dan selalu membuat video *fashion* yang sedang *trend*.

2. *Content Marketing*

   Dalam *content marketing* peneliti menyarankan kepada Xluno selalu melakukan kolaborasi dengan *influencer* yang aktif dalam komunitas *fashion big size* agar bisa membangun kepercayaan audiens dan meningkatkan konversi yang lebih luas dengan menggunakan *content creation, content sharing, connecting, dan commnity bulding* dalam membuat konten promosi penjualan. Dan peneliti menyarankan kepada XLuno untuk selalu membuat konten testimoni pelanggan dan membuat konten seperti ruang diskusi sebagai bentuk pendekatan interaksi dengan *audiens*.

3. Promosi Penjualan

   Dalam promosi penjualan peneliti menyarankan kepada Xluno selalu melakukan kampanye diskon atau membuat *event* tertentu seperti adanya harga diskon kilat yang selalu dilakukan di tanggal kembar 12.12, *giveaway*, dan harga promo gajian *(Payday Sale)* untuk menjadi upaya menarik kepada calon pelanggan dan konsumen.

5.2.1 Saran Akademis

1. Peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan analisis riset yang lebih mendalam mengenai komunikasi pemasaran Xluno dalam melakukan promosi produk pakaian XL (*extra Large*) 7 XL melalui akun *Instagram* @XLuno.official.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang menyelidiki hubungan komunikasi pemasaran untuk produk pakaian berukuran besar.