BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, strategi promosi yang diterapkan oleh @shiwi.bkk mencakup berbagai elemen dalam bauran promosi untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan jasa titip yang mereka tawarkan. Pertama, dalam hal iklan (*advertising*), @shiwi.bkk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai platform utama untuk melakukan promosi melalui fitur *Instagram Ads,* baik dalam bentuk Instagram *Story* maupun Instagram *Feeds*. Jenis iklan yang dipromosikan meliputi berbagai produk jasa titip dari luar negeri, seperti kosmetik, pakaian, dan aksesori yang sedang tren, dengan visual yang menarik serta informasi harga dan cara pemesanan yang jelas. Melalui strategi ini, @shiwi.bkk dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan masyarakat, khususnya di wilayah Kota Tangerang dan sekitarnya.

Kedua, untuk promosi penjualan (*sales promotion*), @shiwi.bkk menerapkan berbagai strategi seperti pemberian diskon khusus, penawaran bundling produk, serta penyelenggaraan *giveaway* yang bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian dalam jangka pendek. Strategi ini dilakukan melalui unggahan di Instagram *Story* dan *Feed* yang menampilkan informasi detail tentang promo yang sedang berlangsung.

Ketiga, dalam upaya hubungan masyarakat (*public relations*), @shiwi.bkk aktif berinteraksi dengan pelanggan melalui konten interaktif di media sosial serta menjalin kerja sama dengan *influencer* atau selebgram yang memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar mereka. Kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan citra positif dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan, sekaligus memperluas jangkauan bisnis melalui rekomendasi dari figur publik yang berpengaruh.

Keempat, dari segi penjualan personal (*personal selling*), @shiwi.bkk secara langsung berkomunikasi dengan pelanggan melalui fitur *direct message* (DM) di Instagram. Pemilik dan timnya memberikan informasi produk secara rinci dan

Pemanfaatan Instagram.., Sri Dewi Yuliana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

menjawab pertanyaan pelanggan dengan ramah dan responsif, menciptakan hubungan yang lebih personal dan mempererat loyalitas pelanggan terhadap bisnis ini.

Terakhir, dalam pemasaran langsung (*direct marketing*), @shiwi.bkk menggunakan platform digital seperti WhatsApp dan email untuk berkomunikasi secara personal dengan pelanggan tetap. Mereka secara rutin mengirimkan informasi terkait promosi terbaru, ketersediaan produk, serta penawaran eksklusif yang bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian berulang.

Dengan demikian, penerapan kelima elemen bauran promosi ini secara efektif, @shiwi.bkk mampu meningkatkan eksistensi bisnisnya di pasar jasa titip, memperluas jangkauan pelanggan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang konsisten dan strategi promosi yang inovatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan efektivitas promosi @shiwi.bkk di Instagram. Pertama, dalam hal konten, @shiwi.bkk disarankan untuk meningkatkan kualitas foto dan video agar lebih menarik dan profesional. Feed Instagram perlu disusun lebih rapi dan konsisten dengan tema visual yang seragam, seperti penggunaan warna, font, dan konsep desain yang selaras. Hal ini bertujuan agar tampilan akun lebih menarik dan mudah dikenali oleh calon pelanggan, sehingga dapat meningkatkan minat dan kepercayaan mereka terhadap layanan yang ditawarkan.

Kedua, meskipun @shiwi.bkk telah mengelompokkan *highlight story* berdasarkan kategori seperti daftar harga, testimoni, dan promo, namun tata letaknya masih perlu diperbaiki agar lebih rapi dan mudah diakses. Disarankan untuk menggunakan *cover highlight* yang seragam dan menarik, serta mengatur urutan kategori dengan lebih sistematis agar pelanggan dapat menemukan informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat dan nyaman.

Ketiga, dalam strategi promosi, @shiwi.bkk disarankan untuk lebih sering lagi aktif menggunakan *influencer* di media sosial Instagram untuk mempromosikan produk atau layanan jasa titipnya. Kolaborasi yang dilakukan secara rutin dengan influencer yang memiliki audiens sesuai target pasar diharapkan dapat meningkatkan eksposur merek serta mendorong peningkatan penjualan @shiwi.bkk secara signifikan.

Keempat, disarankan agar akun Instagram @shiwi.bkk tidak diatur sebagai privat agar jangkauan audiens lebih luas. Dengan akun terbuka, calon pelanggan dapat dengan mudah melihat konten promosi, testimoni, serta layanan yang ditawarkan tanpa harus mengikuti akun terlebih dahulu. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas bisnis, menarik lebih banyak pelanggan baru, serta memperbesar peluang interaksi melalui like, komentar, dan share. Jika tetap ingin menjaga eksklusivitas bagi pelanggan lama, @shiwi.bkk dapat mempertimbangkan strategi lain, seperti membuat grup pelanggan di WhatsApp atau Telegram untuk memberikan promo khusus tanpa harus membatasi akses ke akun Instagram.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan @shiwi.bkk dapat meningkatkan daya tarik akun Instagram, memperluas jangkauan pelanggan potensial, serta memperkuat citra bisnis dalam persaingan industri jasa titip yang semakin kompetitif.