BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneliti, setelah mengumpulkan, mengolah dan analisis data yang mengacu pada pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian, komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Louki Fragrance untuk membangun *brand loyalty* melalui media sosial instagram maka diperoleh hasil temuan dan dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

Penelitian ini menunjukkan bahwa Louki Fragrance berhasil memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat utama dalam strategi komunikasi pemasaran digital mereka. Melalui penggunaan fitur-fitur seperti Instagram *Ads*, *Stories*, *Reels,* dan interaksi dua arah seperti Q&A dan komentar, Louki dapat membangun kedekatan emosional dengan audiensnya. Strategi ini berperan besar dalam menciptakan *brand loyalty*, yang ditunjukkan oleh tingginya engagement dan respon positif dari konsumen. Beberapa strategi yang diimplementasikan Louki antara lain:

- Konsistensi dalam mengunggah konten visual yang menarik dan relevan.
- Penggunaan instagram ads untuk menjangkau audiens baru dan meningkatkan *brand awareness*.
- Interaksi aktif dengan pengikut melalui komentar, polling, dan giveaway untuk meningkatkan *engagement.*
- Kolaborasi strategis dengan pihak eksternal (seperti *barbershop*) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Penerapan strategi ini membuat louki tidak hanya memperkenalkan produknya secara luas, tetapi juga menumbuhkan komunitas pelanggan yang loyal, terutama di kalangan anak muda.

Strategi Komunikasi.., Akmal Fathan Hizrian, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan studi komunikasi pemasaran digital, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial untuk membangun *brand loyalty*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada merek lain atau platform media sosial yang berbeda seperti TikTok, agar diperoleh perbandingan yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai media digital. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga dapat digunakan untuk mengukur secara statistik dampak strategi komunikasi terhadap loyalitas merek.

Peneliti menyarankan agar louki fragrance terus meningkatkan konsistensi dalam membuat konten yang relevan dan menarik di instagram. Penting pula untuk memperkuat interaksi dua arah dengan pengikut melalui fitur-fitur interaktif seperti live, polling, dan Q&A. Selain itu, louki dapat mengevaluasi performa konten secara berkala untuk menyesuaikan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Kolaborasi dengan pihak lain, seperti influencer, bisa terus dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas merek. Dalam jangka panjang, louki sebaiknya membangun komunitas pelanggan yang aktif agar tercipta loyalitas yang lebih kuat dan berkelanjutan.