

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai strategi promosi Raisin Resto & Kitchen melalui media sosial Instagram, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Raisin Resto & Kitchen menerapkan 2 dari 5 strategi bauran promosi (*promotion mix*) sebagai penunjang kegiatannya dalam berpromosi, strategi tersebut yaitu Periklanan/*Advertising* dan Promosi penjualan/*Sales promotion*.
2. Untuk menarik perhatian konsumen, Raisin Resto & Kitchen menggunakan strategi khusus sebelum memasarkan produknya. Sebelum mengiklankan produk di instagram Raisin Resto & Kitchen memperhatikan gaya bahasa (isi pesan) yang akan dipilih, penggunaan bahasa yang dipilih Raisin Resto & Kitchen dibuat sederhana tetapi kalimatnya terkesan menarik dan enerjik. Kalimat tersebut digunakan sebagai penyampaian dalam keterangan foto (*caption*). Memilih menggunakan gaya bahasa tersebut karena disesuaikan dengan target audiens Raisin Resto & Kitchen yaitu anak-anak muda yang sebagian besar merupakan pengguna aktif di media sosial saat ini. Selain itu, tampilan website yang digunakan Raisin Resto & Kitchen diupayakan agar menarik. Website yang dimaksud yaitu akun instagram Raisin Resto & Kitchen memiliki *feed/gallery* yang tampilan instagramnya

disusun rapi dan menarik serta berciri khas tentang apa yang disajikan di restoran ini, desain website yang menarik diharapkan dapat mempengaruhi kunjungan ulang dan meningkatkan minat pengunjung situs.

3. Dari beragam fitur pendukung bawaan Instagram tersebut, fitur yang paling sering digunakan pada tiap postingan Raisin Resto & Kitchen adalah fitur *upload* foto, judul foto (*caption*), dan penggunaan *hashtag* (#). Fitur yang digunakan ini dirasa sangat bermanfaat dalam membantu proses promosi bagi Raisin Resto & Kitchen. Seperti fitur *upload* foto, yang tidak membatasi seberapa banyaknya foto yang dapat di-*upload* setiap harinya, penggunaan judul foto (*caption*) yang mempermudah untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan, dan fitur *hashtag* (#) untuk memudahkan pencarian. Melalui instagram juga produk-produk yang ditawarkan Raisin Resto & Kitchen dapat dikenal oleh konsumen, karena instagram dapat menjangkau audiens secara luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi Raisin Resto & Kitchen:

1. Menambahkan akun media sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Path* serta memanfaatkan aplikasi chat BBM, *Line*, dan *Whatsapp* bisa ditambahkan agar kegiatan promosi menjadi lebih luas dan maksimal.

2. Menambah kegiatan promosi secara langsung agar lebih dekat dengan konsumen dan tidak hanya fokus pada satu media promosi saja.
3. Meningkatkan jumlah pengikut/*followers* di instagram agar interaksi dengan konsumen di media sosial dapat terjalin luas sehingga Raisin Resto & Kitchen dapat eksis di masyarakat.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan metode yang berbeda seperti menggunakan metode kuantitatif. Mengukur tingkat pengaruh penggunaan media sosial instagram dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui data yang lebih relevan.