

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Strategi promosi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif antara penjual produk/jasa dengan pelanggan atau pengguna produk/jasa. Dalam proses promosi terdapat tiga langkah yang perlu diperhatikan oleh pelaku promosi, langkah tersebut antara lain: perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari kegiatan strategi promosi yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dalam beberapa hal, diantaranya yaitu dalam hal perencanaan strategi promosi khususnya melalui media sosial instagram untuk memasarkan produk yang ditawarkan penting bagi penjual untuk memilih produk yang akan di post. Produk yang akan di post dapat diseleksi dengan melihat kemenarikan produk dengan cara apakah suatu produk tersebut limited edition atau sedang digemari oleh calon konsumen. Selanjutnya untuk menentukan konsep foto dan property yang akan digunakan merupakan sebuah hal yang penting dilakukan agar foto dapat menjadi lebih menarik sehingga bisa mendatangkan perhatian audiens yang tinggi.

Selanjutnya dalam hal pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media instagram. Dalam tahapan pelaksanaan hal pertama yaitu melakukan

photo sesi terhadap produk, pemasar atau perusahaan harus dapat merealisasikan konsep yang telah ditetapkan. Sehingga semua dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Selain itu pemasar dapat memilih waktu yang tepat dalam memposting foto yang siap di upload dengan memahami kebiasaan para calon konsumen dalam menggunakan sosial media. Hal ini dilakukan agar postingan yang akan di upload dapat langsung dilihat oleh para calon konsumen.

Tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui sosial media instagram adalah evaluasi. Sekarang ini perusahaan atau penjual dapat memanfaatkan fitur consumer insight yang ada pada media sosial tersebut dengan begitu pemasar atau perusahaan dapat memahami apa-apa yang menarik, dan berapa banyak yang melihat postingan tersebut.

B. SARAN

Melihat fenomena yang terjadi lapangan, maka peneliti akan mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam kegiatan komunikasi pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh Gate Store dalam memanfaatkan media sosial instagram. Pihak Gate store dapat menggunakan research dalam memahami kebiasaan konsumen, sehingga data yang digunakan valid dan terukur bukan dari asumsi pribadi yang masih diragukan kebenarannya.

Selanjutnya Gate Store dapat menggunakan selebriti endorse untuk menerpa lebih banyak lagi audiens atau menggunakan paid promote dalam kegiatan pemasarannya. Selain itu dalam kegiatan promosinya, Gate Store

dapat meng-elaorasi alat-alat promosi lainnya seperti pengadaan event, pemberian bonus kepada para konsumen. Sehingga kegiatan promosi yang dilakukan guna untuk meningkatkan jumlah pembelian dapat lebih maksimal.

Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti tentang efektivitas digital marketing terhadap minat pembelian. Sehingga penelitian tersebut dapat melengkapi kajian internet marketing atau digital marketing yang telah peneliti lakukan.