

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, yang meliputi data, fakta, dan informasi, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

Untuk meningkatkan jumlah pelanggan, Shoes and Care melakukan aktivitas promosi *online* dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosinya. Instagram dianggap efektif oleh Shoes and Care dibandingkan media-media sosial lainnya dilihat dari jumlah *followers* yang lebih banyak dibandingkan media-media sosial lainnya dan banyaknya interaksi, seperti komentar dan *likes*, yang mereka dapatkan tiap mengunggah konten promosi di Instagram.

Aktivitas promosi *online* yang dilakukan Shoes and Care melalui Instagram untuk meningkatkan jumlah pelanggan di tahun 2018 adalah dengan menggunakan bauran promosi *online*, seperti periklanan, penjualan personal, humas dan publisitas dan penjualan promosi. Diantara aktivitas tersebut, Penjualan Promosi *Online* (*Sales Promotion Online*) adalah aktivitas promosi *online* yang paling sering dilakukan oleh Shoes and Care melalui

Instagram. Setiap minggunya atau pada hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Natal, Hari Ulang Tahun Shoes and Care, dan sebagainya, Shoes and Care akan mengeluarkan promo-promo terbaru seperti promo potongan. Aktivitas promosi penjualan *online* yang lain yakni dengan mengajak *followers* Shoes and Care untuk aktif dalam berbagai lomba atau *giveaway* yang mereka buat melalui Instagram. Sedangkan, penjualan langsung (*direct marketing*) adalah jenis bauran promosi *online* yang tidak dilakukan oleh Shoes and Care melalui Instagram dikarenakan keterbatasan fitur yang dimiliki Instagram, sehingga kurang cocok untuk diterapkan di media sosial tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut, penulis juga menyimpulkan terdapat beberapa faktor yang mendukung Instagram menjadi media promosi *online* Shoes and Care yaitu *low cost* dibandingkan promosi melalui TV, Billboard, dan lain-lain. Selain itu, interaksi sosial pada Instagram dapat menjadi media *e-WOM* yang sangat membantu Shoes and Care untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Faktor yang terakhir adalah interaktivitas, semakin banyak pengikut pada akun Instagram Shoes and Care maka semakin dapat memperluas atau menjangkau target sasaran.

Menurut Shoes and Care, segala aktivitas promosi melalui Instagram yang mereka lakukan sudah berjalan dengan efektif. Dilihat dari perbandingan interaksi dan jumlah *followers* Instagram Shoes and Care dengan media sosial

mereka yang lainnya. Namun, hingga saat ini belum ada evaluasi untuk menilai apakah aktivitas-aktivitas promosi *online* tersebut sudah terlaksana dengan baik dan apakah aktivitas tersebut sudah sesuai dengan target promosi yang akan dicapai atau aktivitas promosi apa saja yang efektif dilakukan di Instagram dalam meningkatkan jumlah pelanggan di tahun 2017.

4.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis ajukan kepada pihak Shoes and Care adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran Shoes and Care untuk memanfaatkan media Instagram dalam berpromosi sudah baik. Namun, sebaiknya Shoes and Care juga perlu melakukan evaluasi dalam setiap aktivitas promosi *online* melalui Instagram berikutnya. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah aktivitas promosi *online* melalui Instagram sudah terlaksana dengan baik, apakah aktivitas tersebut sudah sesuai dengan target penjualan yang akan dicapai, dan mengukur seberapa besar Instagram efektif dijadikan sebagai alat promosi *online*. Hasil dari evaluasi ini nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk merancang strategi baru.
2. Bentuk aktivitas kehumasan dan publisitas di Instagram sebaiknya juga dilakukan kepada media atau sesama rekan kerja. Misalnya, untuk

membangun dan menjaga hubungan baik dengan media yakni dengan memberi ucapan selamat ulang tahun atau hari besar khusus kepada media yang berkerja sama dengan Shoes and Care.

Adapun beberapa saran yang diperhatikan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti tentang Aktivitas Promosi Jasa Melalui Instagram untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan adalah :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan aktivitas promosi jasa melalui Instagram yang dilakukan secara optimal dengan memanfaatkan bacaan data statistik akun Instagram *For Business*
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi Ilmu Komunikasi