

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait strategi promosi CSS melalui Instagram yang dilakukan oleh CSS dalam meningkatkan minat pada produk CSS, yakni sebagai berikut:

CSS dalam hal ini menerapkan promosi melalui media online Instagram, CSS menggunakan 2 akun Instagram yaitu @cs_shop1976 dan @cs_shop.catalog. Akun @cs_shop1976 digunakan lebih untuk menginformasikan ada promo harga tertentu dan juga barang yang akan datang, sedangkan @cs_shop.catalog lebih mengedepankan foto katalog produk CSS. Promosi tersebut dilakukan untuk menarik minat beli pada konsumen CSS sehingga penjualan produk CSS meningkat. Dalam melakukan promosi di Instagram CSS memposting beberapa foto produknya dengan menggunakan model dari orang yang berpengaruh, dalam hal ini CSS menggunakan *Capotifo* atau biasa disebut dirigen. Namun terdapat kekurangan dalam melakukan promosi CSS, salah satunya dimana CSS tidak ada bujukan langsung dengan memberikan kata kata bujukan dalam melakukan promosi di Instagram.

Instagram yang mengedepankan foto dan video sangat membantu proses promosi CSS. Instagram juga telah menjadi media yang sangat diminati berbagai kalangan masyarakat, sehingga promosi yang dilakukan melalui Instagram dapat

membantu mencapai target penjualan dari CSS. Proses pembuatan konten Instagram CSS sudah memiliki jadwal khusus dan juga telah menggunakan tenaga profesional. Dalam menggunakan Instagram sebagai media untuk melakukan promosi, CSS juga telah memakai beberapa fitur namun ada beberapa fitur yang belum dimanfaatkan oleh CSS karena menurutnya kurang efektif.

Meskipun demikian menurut peneliti akan lebih baik lagi jika beberapa fitur lainya juga digunakan oleh CSS untuk pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal. Dan juga konten pada Instagram CSS masih monoton, masih kurang inovasi dalam melakukan pembuatan konten di Instagram. Dalam melakukan promosi, CSS juga telah memperhatikan waktu yang tepat untuk mengunggah konten pada instagram. Disamping itu CSS konsisten dengan konten yang diunggah secara terus menerus yang membuat promosi dari CSS melalui instagram terus berjalan walaupun dengan dana yang minimal. CSS hanya menggunakan 2 media yang termasuk dalam bauran promosi. Media pertama adalah promosi penjualan, dan juga penjualan langsung. CSS belum mencoba memanfaatkan media lainya seperti beriklan berbayar di Instagram ,hubungan masyarakat dan juga penjualan personal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitan yang telah dilakukan, Kegiatan promosi CSS belum menggunakan kata kata bujukan dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut peneliti CSS harusnya mencoba membujuk konsumen pada

Instagram sehingga promosi yang dilakukan CSS lebih efektif. Apa lagi target penjualan dari CSS sendiri sudah ada target dari kalangan tertentu sehingga dengan mencoba menggunakan akun Instagram sebagai bujukan akan menambah penjualan di CSS. Peneliti menyarankan CSS menetapkan anggaran khusus untuk melakukan aktivitas promosi, hal ini bertujuan agar tim marketing CSS mampu membuat strategi promosi yang maksimal dan tidak terhambat oleh masalah biaya, sehingga promosi yang dilakukan maksimal.

Konten pada Instagram CSS akan lebih baik jika CSS menambah lagi konten-konten yang dapat lebih menarik pengguna instagram untuk mengunjungi instagram CSS dan meninggalkan komentar pada foto yang diunggah oleh CSS. Peneliti menyarankan akan lebih baik lagi jika pemberian harga promo atau diskon tersebut ditambah lebih sering lagi. Karena dengan memberikan harga promo atau diskon secara sering, maka diharapkan akan menarik konsumen yang lebih banyak lagi

Peneliti menyarankan CSS untuk mencoba menggunakan fungsi peran humas di dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari CSS. Berdasarkan penelitian ini, CSS tidak memanfaatkan humas didalam perencanaan dan pelaksanaan promosi CSS di Instagram. Peneliti menyarankan agar CSS juga melakukan periklanan berbayar pada Instagram dan promosi melalui penjualan personal atau direct marketing karena penjualan personal memiliki banyak kelebihan yaitu bisa menasar langsung target sasaran dengan spesifik, selain itu juga pihak CSS bisa

bertatap muka langsung dengan target sasaran sehingga dapat terjadi komunikasi 2 arah yang interaktif sehingga bisa menarik perhatian target sasaraannya.