

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dalam aktivitas promosi melalui media sosial instagram oleh grahatamapustaka dalam mempromosikan i-jogja sebagai berikut

Proses perencanaan promosi i-jogja fokus pada perancangan pesan terhadap informasi keunggulan dan manfaat yang ditawarkan i-jogja apps serta tutorial penggunaan aplikasi tersebut. Pustakawan belum memiliki konsep pesan untuk membangun ketertarikan pemustaka dalam menggunakan aplikasi i-jogja. Selain itu pustakawan telah menetapkan target audiens berdasarkan data pengunjung baik offline maupun online, akan tetapi pustakawan tidak menentukan bagaimana menjangkau target audiens tersebut.

Selanjutnya dalam hal pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media instagram. Dalam tahapan pelaksanaan hal pertama yaitu melakukan mendesain materi post instagram dengan merealisasikan konsep yang telah ditetapkan. Sehingga semua dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

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 Grahatama Pustaka dalam memanfaatkan media sosial instagram:

1. Pustakawan dapat menggunakan Instagram Ads agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
2. Pustakawan dapat menggunakan influencer instagram untuk menjangkau target audiens yang lebih spesifik di Kota Yogyakarta sehingga kegiatan promosi melalui instagram dapat berjalan efektif.
3. Pustakawan dapat membuat cerita yang menarik dalam aktivitas promosi melalui instagram sehingga konten yang dibuat lebih menarik.
4. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti tentang efektivitas digital marketing terhadap minat kunjungan pemustaka i-jogja. Sehingga penelitian tersebut dapat melengkapi kajian internet marketing atau digital marketing yang telah peneliti lakukan.