

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Pada penelitian berjudul Strategi *Branding* Marketplace pada akun instagram Garagemarket untuk meningkatkan *brand image* ini ditemukan temuan penelitian guna kontribusi terhadap studi komunikasi pemasaran sebagai berikut : bahwa dalam strategi *branding* sebuah Marketplace pada salah satu media baru khususnya Instagram ada 2 elemen penting yakni pelayanan dan tampilan. Tahapan yang dilakukan sebelum menciptakan sebuah Marketplace yang berbasis media sosial Instagram adalah harus melakukan beberapa tahapan seperti penentuan konsep, penentuan target pasar, mengidentifikasi perbedaan dan keunggulan produk, serta menitikberatkan pada konsistensi dalam menjalankan strategi *branding* agar menghasilkan *brand image* yang diinginkan. Pada tahapan penentuan konsep menjadi point penting dalam penentuan tahapan - tahapan berikutnya, termasuk perumusan *brand image* yang ingin dibangun oleh sebuah Marketplace.

Setelah melalui tahapan dalam strategi *branding* Marketplace di Instagram. Strategi *branding* yang dilakukan adalah memiliki pendekatan untuk meningkatkan *brand image* agar memiliki value yang berbeda di mata penitip dan pembeli, yakni dengan memberikan pendekatan visual dan pelayanan. Pentingnya pendekatan visual yang dilakukan oleh Marketplace di Instagram akan menghasilkan sebuah ketertarikan pada pembeli dan penitip kepada akun Marketplace tersebut. Pendekatan visual yang dilakukan adalah dengan mengemas sebuah foto produk yang rapi, rapi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah memiliki *colour tone* yang konsisten, *background* foto polos serta memperhatikan posisi kamera dan posisi barang yang akan di foto.

Selanjutnya adalah pendekatan pelayanan dimana mencari perbedaan dengan kompetitor lainnya untuk mendapatkan sebuah *value* yang ditawarkan adalah penting bahkan bisa dikatakan sangat penting. Dalam hal ini Marketplace yang menggunakan pelayanan pencairan uang yang cepat kepada penitip dan menjamin keaslian barang yang dijual sangat berpengaruh pada meningkatnya *brand image* yang terpercaya menguntungkan, baik pada penitip maupun pembeli.

Dari semua strategi *branding* yang sudah dipaparkan hal yang selanjutnya yang harus dilakukan adalah konsistensi. Konsistensi merupakan hal yang sangat penting agar menjadi *brand* yang kuat ditengah pasar Marketplace yang ada dan juga konsistensi merupakan kunci dari kepercayaan antara konsumen dan produsen. Konsisten dalam konteks ini adalah strategi *branding* yang dilakukan secara terus menerus yang bertujuan agar strategi *branding* yang sudah dilakukan oleh sebuah Market Pace di Instagram dapat mendapatkan *Image* yang diinginkan.

## B. SARAN

Berdasarkan data dan analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti, Marketplace yang baik adalah Marketplace yang memenuhi dua unsur pendekatan penting, yakni :

- 1) Pendekatan Visual, mencakup pada segi tampilan yang rapi dengan tatanan foto produk menggunakan *tone* warna yang konsisten dengan background polos serta memperhatikan posisi kamera dan posisi barang yang akan difoto.
- 2) Pendekatan Pelayanan, mencakup pada segi pelayanan yang harus ditekankan adalah dengan melakukan pencairan uang yang cepat dan terhadap penitip barang dan menjamin keaslian pada pembeli barang.
- 3) Konsisten dalam berinteraksi dan menjalankan konsep yang telah ditentukan sebagai bentuk untuk mempertahankan branding.

Tiga point penting strategi *branding* ini harus dilakukan bersamaan dengan memperhatikan *official colour* dan *official font* yang konsisten sehingga dapat memperkuat *brand image* sebuah akun Marketplace di Instagram.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan temuan baru yang inovatif mengenai strategi *branding* pada Marketplace di Instagram lainnya. Sehingga dapat memberikan banyak *insight* baru yang lebih meluas tentang pemanfaatan strategi *branding* sebuah Marketplace pada era komunikasi digital ini.