

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Melalui strategi promosi melalui *Instagram*, sebuah *brand* dapat melakukan pemasaran tanpa mengeluarkan biaya yang besar namun bisa mendapatkan hasil yang besar, jika *brand* melakukan strategi yang tepat dan benar. Di dalam penelitian ini peneliti telah melihat tahapan-tahapan yang telah dilakukan oleh Imokey selama hampir 3 tahun ini menggunakan strategi promosi melalui *Instagram*, akan tetapi Imokey bukanlah satu-satunya yang menggunakan strategi promosi melalui *intagram*, banyak *brand-brand* yang lain juga yang menggunakan strategi ini.

Menggunakan strategi promosi melalui *Instagram* inilah Imokey memulai bisnisnya, dimana Imokey mulai memasarkan produk-produknya, menciptakan *image* yang Imokey inginkan, yaitu *fashion style* tahun 90-an, memperkuat citra merek yang Imokey ingin kenalkan dan untuk meningkatkan penjualan. Semuanya itu tidak lepas dari peranan strategi promosi yang telah dilakukan oleh Imokey yang dilakukan dalam membangun komunikasi secara langsung dengan *followers-followersnya*.

Imokey adalah salah satu *brand* yang berkembang dalam lingkup media sosial. Pada awalnya Imokey tidak memiliki *offline store*, semuanya dilakukan melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial inilah yang akhirnya Imokey dapat

memiliki *offline store* yang juga digunakan sebagai tempat untuk memamerkan produk-produknya.

Instagram mempunyai peranan yang sangat besar bagi Imokey. Imokey memilih menggunakan *Instagram* untuk mengenalkan produk-produknya dan menyampaikan pesan karena Imokey menganggap bahwa foto atau video dapat lebih mudah dipahami daripada hanya sekedar melalui kata-kata saja. Berawal dari *Instagram* inilah Imokey mengalami peningkatan yang lumayan banyak, banyak customer yang mengetahui Imokey setelah Imokey menggunakan *Instagram*.

Melalui *Instagram* Imokey mulai melakukan strategi promosi tanpa mengeluarkan biaya yang besar, terutama dalam membangun *brand image*. Membangun *brand image* melalui *Instagram* dengan cara menggunakan konten *visual* yang dibuat dengan menarik dan sesuai target inilah yang kemudian menciptakan persepsi di benak *followers* atau *customer* yang kemudian dapat menciptakan *image* suatu *brand* yang kuat.

Dengan adanya dunia maya inilah kita dapat bertukar informasi dengan mudah. *Instagram* memberi ruang untuk penyebaran informasi melalui konten visual seperti foto maupun video. Melalui postingan-postingan yang diunggah di *Instagram* oleh *customer* di akun *Instagram* mereka inilah terciptanya penyebaran informasi. Imokey juga mengendorse beberapa *selebgram* seperti @dorippu, @ayudiac, @ardinhai, kemudian berinteraksi dengan *followersnya* melalui komentar *Instagram*, *ig story*, dan memberikan informasi yang disusun melalui konten foto

ataupun video yang menarik dan sesuai dengan target akan membantu proses promosi untuk membangun *brand image* yang kuat melalui *Instagram*.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk Imokey atau *brand-brand* lainnya yang sedang membangun *brand image* dengan memanfaatkan *Instagram*. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan, adapun saran yang peneliti berikan adalah Imokey dapat lebih mengoptimalkan media sosial yang lainnya untuk memasarkan produknya agar lebih memaksimalkan strategi promosinya, Imokey lebih aktif untuk memberikan respon kepada *customer* yang mengunggah foto produk Imokey di *Instagram*. Hal ini dapat membantu meningkatkan *engagement* dengan *followers*. Imokey diharapkan untuk selalu merespon komentar oleh *customers*, karena hal yang terpenting adalah menjaga hubungan baik dengan *customers*. Imokey dapat lebih aktif menggunakan fitur video karena melalui video dapat membuat *customer* lebih tertarik kepada informasi yang akan disampaikan.

Saran untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan metode yang berbeda dari penelitian ini, misalnya dengan metode deskripsi kuantitatif, sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan indikator-indikator keberhasilan melalui angka-angka yang pasti. Selain itu peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada bagaimana pengaruh *brand image* yang dibangun melalui *Instagram*.