

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti serta dilakukan analisa dari data-data yang diperoleh dari lapangan, studi pustaka dan sumber-sumber lain. Maka penulis menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran sepatu secondhand pada akun instagram @badkidstore ialah dengan memanfaatkan fitur-fitur pada Instagram seperti *insta story, privat account, direct message*, dan instagram bisnis. Fitur diatas digunakan @badkidstore untuk berkomunikasi dengan para pelanggannya serta digunakan untuk memposting. Berikut setrategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh akun instagram@badkidstore untuk menunjang penjualannya:

- a. Pemanfaatan fitur Instagram, dimana pada aplikasi Instagram banyak sekali fitur-fitur seperti Instagram bisnis, yang digunakan untuk melihat interaksi pada suatu akun, dengan IG bisni ini pemilik dapat mengetahui jumlah pengnjung dan penyimpan postingan Instagram, beberapa fitur lainnya juga dimanfaatkan seperti *insta sory direct message* serta akun privat

untuk menambah followers. Fitur diatas dapat memudahkan proses komunikasi hingga transaksi badkidstore.

- b. Melakukan sales promotion berupa giveaway kepada para followers guna meningkatkan followers dan penjualan.
- c. Promote pada akun-akun supporter guna merangkul market pasar yang memang para supporter bola.
- d. Meningkatkan followers dengan privat account, dengan menggunakan akun privat costumer tidak bias melihat postingan badkidstore melainkan harus mengikutinya terlebih dahulu.
- e. Menjalin komunikasi dengan costumer, badkidstore menggunakan pendekatan ramah pada setiap costumernya dengan menggunakan Bahasa yang santun serta penggunaan emot icon sehingga para customer merasa nyaman berbelanja sepatu di badkidstore.
- f. Menggunakan pengambilan objek foto visual yang menarik, badkidstore menggunakan foto asli dan menggunakan teknik tertentu yang sudah menji SOP bagi badkidstore sehingga memberi kesan ooriginalitas pada akun badkidstore sendiri.
- g. Memiliki ciri khas,badkidstore telah membranding onlineshopnya dengn sepatu tiga garis sehingga melekat pada konsumennya bahwa untuk mendapatkan sepatu Adidas maka

di badkidstorelah tempatnya, dengan memiliki ciri khas badkidstore dapat mudah diingat oleh para costumernya

- h. Memposting sepatu Adidas, untuk menarik perhatian dan memberi informasi kepada costumernya, postingan ini bertujuan untuk mengedukasi para konsumen bahwa trend fashion yang ada di eropa seperti apa dan bagaimana penggunaan sepatu Adidas yang tepat. badkidstore rutin memposting foto-foto sepatu Adidas diiringi caption yang menarik.

Dengan strategi diatas badkidstore dapat bertahan, bersaing dan berkembang menjadi onlineshop yang menjual sepatu secondhand terbesar di Surabaya.

## 5.2 SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan masukan atau saran yang nantinya dapat dijadikan referensi bagi perkembangan @badkidstore kedepannya. Untuk membuat citra badkidstore lebih baik lagi, perlu adanya pendekatan-pendekatan public relation (PR) dengan melakukan pendekatan PR seperti memposting hari besar dan mengucapkan belasungkawa atas terjadinya peristiwa duka akan membuat citra badkidstore semakin baik lagi. Kemudian perlu Adanya pemanfaatan iklan bawaan dari Instagram (berbayar), serta perlu adanya kegiatan seperti event untuk menarik konsumen, serta pemanfaatan rekening bersama agar konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, agar bisa mengembangkan teori komunikasi pemasaran sesuai dengan era dan penggunaan media promosi.