

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh @right.store yaitu dengan pengoptimalkan pemanfaatan fitur Instagram seperti *Instastory* dan *Direct message* untuk melakukan interaksi dengan para *followers* setiap hari. Beberapa fitur lainnya juga dimanfaatkan seperti *Feed* untuk mengedukasi para *followers* dan *Insight* untuk mengetahui *seen*, *like*, komen, *share*, serta penyimpanan yang dilakukan oleh para *followers*. Fitur tersebut dapat memudahkan Rightstore dalam proses komunikasi hingga transaksi.

Rightstore melakukan *sales promotion*, bentuk *sales promotion* yang dilakukan oleh Rightstore yaitu dengan memberikan *giveaway*, *bundling*, *discount*, *free gift* melalui unggahan foto. Pada saat melakukan kegiatan *sales promotion*, Rightstore juga memberikan desain konten yang menonjol dari konten-konten yang lain untuk menarik perhatian para *followers*. Rightstore fokus menggunakan jasa *endorse beauty influencer* namun untuk saat ini berfokus pada *micro influencer*. Testimoni-testimoni yang diberikan oleh para *customer* setelah berbelanja di Rightstore, efektif dalam mempromosikan Rightstore kepada jangkauan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan jumlah *followers* dan penjualan.

Rightstore konsisten berinteraksi dengan para *followers* melalui *instastory*. Rightstore selalu memberikan informasi kepada *followers* serta memperhatikan waktu *upload* sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada *followers* dan dapat meningkatkan *engagement*. Rightstore menyeimbangkan konsep isi pesan dengan desain yang menarik pada setiap unggahannya. Rightstore tidak hanya membuat konsep isi pesan yang menarik perhatian para *followers* namun juga menyeimbangkan isi konten dengan memberikan desain yang menarik pada setiap unggahan foto, sehingga dapat menarik perhatian dan pesan tersampaikan kepada para *followers*.

Rightstore melakukan *brand building* dengan memilih nama unik yaitu Rightstore yang berarti “toko yang tepat” dan sebutan “MinRi” yang merupakan admin ramah dengan kosa kata yang tidak terlalu formal, bertujuan supaya Rightstore lebih akrab dengan para *customer*, serta menganggap bahwa *customer* adalah teman “MinRi”. Rightstore berusaha untuk terus menampilkan ciri khas tersebut kepada para *followers* di Instagram melalui konten-konten yang diunggah baik *storygram* maupun *feed* supaya selalu melekat pada ingatan *customer*.

Rightstore melakukan *competitor review* dengan berbagai cara yaitu *follow skin advisor*, *brand*, *competitor* lain dengan survey konten *competitor*. Analisis yang dilakukan oleh Rightstore mulai dari strategi, produk yang sedang *happening*, hingga kualitas konten dari *competitor*. *Competitor review* yang dilakukan oleh Rightstore berhasil membuat

Rightstore selalu *update* dibandingkan dengan *competitor* lain, sehingga dapat bersaing dan meningkatkan penjualan. Dengan penerapan strategi komunikasi pemasaran digital tersebut, hingga saat ini Rightstore dapat bertahan dalam bersaing dengan *competitor* lain dan terus berkembang.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, penulis mencoba untuk memberikan saran yang nantinya dapat dijadikan referensi untuk perkembangan @right.store kedepannya. Untuk memperkenalkan @rightstore pada pengguna Instagram yang lebih luas, perlu adanya pemanfaatan iklan bawaan dari Instagram (bebayar), dan perlu adanya pendekatan *public relation* untuk membuat citra Rightstore semakin baik lagi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, lebi bisa mengembangkan lagi dari beberapa perspektif dan pengetahuan terkait teori komunikasi pemasaran sesuai dengan era untuk mengembangkan penelitian di bidang ilmu komunikasi.