

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran Kinclong.sub menggunakan teori SOSTAC dan SWOT melalui media sosial Instagram, peneliti menyimpulkan adanya tujuan yang spesifik yang dibuat kinclong.sub untuk mengembangkan usaha di bidang jasa cuci sepatu serta menambah omset melalui Media sosial Instagram. Yang pertama adalah posisi Kinclong.sub yang berkembang, inovatif dan menjaga kualitas jasa dalam industri cuci sepatu. Hal ini dilakukan agar para customer tetap percaya terhadap jasa cuci sepatu Kinclong.sub dan mengutamakan kualitas daripada kuantitas sepatu customer. Promosi dilakukan dengan cara mengunggah konten di Instagram sesuai konten yang tepat secara teratur untuk mempertahankan konsistensi pengunggahan konten, menggunakan Instagram Adsense yang terus dilakukan Kinclong.sub terbukti menambah omset penjualan yang cukup signifikan dan melakukan promosi *channel* pemilik usaha Kinclong.sub dari mulut ke mulut atau disebut *Word of Mouth*, WOM marketing dilakukan oleh konsumen dalam bentuk pesan di media sosial atau *review* dari pelanggan. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram, contohnya selain mengunggah di feeds, adalah fitur highlight, Instagram story, dan reels.

Selanjutnya kinclong.sub juga ingin menumbuhkan rasa kepercayaan para calon customer dan customer. Beberapa strategi yang dibuat untuk mencapai tujuan ini adalah mengunggah foto para tim sebagai konten di Instagram, sehingga para followers akan mengenal siapa-siapa saja yang nanti akan bekerja sebagai tim jasa cuci sepatu kinclong.sub, membuat inovasi yaitu membuat produk sabun dan parfume sepatu sendiri untuk menekan biaya operasional Kinclong.sub.

Dalam mengunggah konten di feeds, Kinclong.sub memberikan caption dengan konsep informatif. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada followers mengenai dunia persepatuan, sehingga proses pengerjaan yang dilkukan oleh tim Kinclong.sub sebagian besar prosesnya hampir sama ditampilkan dengan beda di Instagram Kinclong.sub. Kinclong.sub membuat program promo potongan harga agara para calon customer tertarik menggunakan jasa cuci sepatu Kinclong.sub.

Berbagai strategi dan program yang telah dibuat Kinclong.sub dalam usaha menambah engangement dan omset melalui Instagramnya ini telah terbukti berhasil. Sebagian customer kinclong.sub mengetahui jasa cuci sepatu ini melalui akun Instagramnya, memanfaatkan kontennya sebagai pertimbangan, omset Kinclong.sub juga bertambah signifikan dari penggunaan Instagram Adsense. Hal ini menunjukkan akun Instagram Kinclong.sub telah memenuhi tujuan yang diinginkan. Kinclong.sub mengalami kenaikan jumlah customer dan masih terus bertambah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan berguna bagi pembaca, yaitu sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan kontribusi bagi peneliti-peneliti lainnya agar dapat dijadikan referensi sebagai ide dan pengetahuan terutama di bidang komunikasi pemasaran. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu menganalisis strategi komunikasi pemasaran dengan metode analisis yang lain agar hasil penelitian dapat lebih akurat dan jelas.

2. Saran Praktis

Saran yang ditunjukkan untuk jasa cuci sepatu Kinclong.sub agar strategi pemasaran dapat dijalankan dengan lebih baik lagi. Yaitu dengan membuat promo – promo yang menarik dan bervariasi. Selain itu diharapkan adanya konten-konten dengan konsep lain yang di unggah secara berkala agar antusiasme pengikut Instagram masih konsisten terhadap Kinclong.sub.