

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penggunaan media sosial instagram menjadi strategi yang efektif untuk memudahkan Resikwash dalam menyesuaikan perubahan konsumen yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Resikwash menggunakan Instagram sebagai media promosi melalui konten - konten edukasi sehingga menjadi ciri khas dari akun instagram @resikwash.

Proses *share* di instagram didasari oleh berkembangnya alat pemasaran seperti media sosial, di mana instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan. Resikwash menggunakan fitur *Direct Message*, *Instagram ads*, *Mention* untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan atau konsultasi terkait layanan – layanan yang diberikan oleh Resikwash. Melalui proses share tersebut, Resikwash berhasil memberikan pengaruh berupa ajakan kepada para calon pembeli atau calon konsumen.

Proses *Optimize* dilakukan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di instagram. Resikwash memanfaatkan berbagai fitur seperti fitur bio, Postingan, *story*, *highlight* dan fitur *instagram ads*. Konten – konten yang telah diposting akan diunggah distory supaya pengikut Resikwash dapat melihat dan menambah insight dari setiap postingan tersebut, tidak hanya postingan saja, Resikwash juga mengunggah testimoni yang ditujukan kepada *followersnya* supaya dapat menambah minat calon konsumennya.

Proses *manage* yang dilakukan Resikwash dengan memanfaatkan admin media sosial untuk mengelola media sosial instagram @resikwash. Tugas admin mencakup mencari referensi konten terbaru. Selain itu, dalam proses perencanaan, Resikwash menyusun kalender konten sebagai panduan. Setiap hari Senin, diunggah konten yang berfokus pada proses pengerjaan penggantian sol. Pada hari Rabu, admin membagikan video tentang proses Re-glue atau lem ulang, sedangkan pada hari Jumat diunggah konten random yang mencakup semua layanan. Konten-konten yang telah dirancang dalam kalender tersebut kemudian dijelaskan melalui briefing kepada content creator. Setiap konten dirancang dengan mengikuti tren terkini dan dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian calon konsumen serta meningkatkan insight akun Instagram Resikwash.

Proses *Engage* dilakukan dengan admin media sosial Resikwash memberikan umpan balik kepada para audiens dengan memanfaatkan fitur – fitur instagram seperti Direct Messege, komentar dan menggunakan bahasa yang santai atau mudah dipahami yang ditujukan kepada konsumen Resikwash. Selain itu, Resikwash juga membuka *private class* yakni pelatihan cuci dan reparasi sepatu yang terbuka untuk followers Resikwash dan seluruh pengguna Instagram. Kegiatan ini dilaksanakan secara langsung di toko Resikwash. Dengan adanya kegiatan *private class* tersebut, pelanggan merasa lebih dekat dengan produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan loyalitas mereka dan membuat mereka lebih cenderung memilih Resikwash dibandingkan dengan kompetitor.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Peneliti menyarankan agar Resikwash lebih sering mengadakan acara, karena ditemukan hal baru di luar konsep *The Circular Model of SOME*. Adapun penelitian yang ditemukan oleh peneliti selain dari 4 elemen *The Circular Model of SOME*, peneliti menemukan adanya temuan baru yaitu Resikwash mengadakan acara *offline* yang bisa dikunjungi langsung oleh *audience* seperti *private class*. Pada pelatihan ini, peserta berkesempatan mempelajari teknik reparasi sepatu secara lebih mendalam. Tujuan dari diadakannya acara ini ialah sebagai salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh Resikwash dalam mendekatkan diri kepada para konsumennya, sehingga dapat menumbuhkan rasa simpati dan empati terhadap brand Resikwash sekaligus membangun *brand awarness* terhadap jasa – jasa tersebut.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan akademik, khususnya dalam bidang strategi konten dan penggunaan media sosial, terutama Instagram. Untuk Penelitian mendatang disarankan untuk lebih berfokus pada analisis komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan lingkup pelanggan guna memahami pendapatan Resikwash. Selain itu, diharapkan kepada penelitian berikutnya untuk mengambil sudut pandang lain sehingga dapat menambah wawasan mengenai strategi komunikasi pemasaran.