

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* dalam Membangun *Brand Image* pada Lafi *Swimming Academy*”, dapat disimpulkan bahwa media sosial *Instagram* memiliki peran yang signifikan dalam membentuk citra merek (*brand image*) Lafi *Swimming Academy*. Pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia dalam platform *Instagram*, seperti *feeds*, *stories*, dan *reels*, terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap layanan jasa yang ditawarkan oleh akademi tersebut.

Interaksi yang terjalin antara akun *Instagram* Lafi *Swimming Academy* dengan para pengikutnya menunjukkan tingkat *engagement* yang cukup tinggi, yang turut memberikan kontribusi positif terhadap persepsi masyarakat terhadap akademi tersebut. Selain itu, strategi pemasaran digital yang dijalankan secara konsisten melalui media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pendaftar serta memperluas jangkauan audiens. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosi tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai sarana strategis dalam membangun dan memperkuat *brand image* Lafi *Swimming Academy* di mata Masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis memberikan beberapa saran guna mendukung pengembangan *Lafi Swimming Academy* di masa mendatang. Pertama, disarankan agar *Lafi Swimming Academy* terus meningkatkan kualitas konten yang diunggah di media sosial, baik dari sisi visual maupun informasi yang disampaikan. Hal ini penting untuk menjaga minat serta loyalitas konsumen terhadap citra merek yang telah dibangun. Kedua, pihak akademi sebaiknya melakukan pelatihan atau peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial. Langkah ini bertujuan agar strategi pemasaran *digital* dapat dijalankan secara lebih maksimal dan profesional. Ketiga, *Lafi Swimming Academy* dapat mempertimbangkan perluasan segmen pasar, misalnya dengan membuka kelas berenang untuk dewasa. Upaya ini dapat membantu menjangkau lebih banyak konsumen serta memperkuat posisi *brand* dalam industri jasa pelatihan olahraga. Keempat, penggunaan fitur *insight* pada platform *Instagram* hendaknya dimanfaatkan secara berkala untuk mengevaluasi efektivitas konten yang dibagikan serta tingkat keterlibatan audiens. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan dapat disesuaikan dengan dinamika kebutuhan pasar. Terakhir, penting bagi pihak akademi untuk menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen melalui berbagai media, termasuk grup komunikasi *digital*. Pendekatan ini akan membantu meningkatkan kedekatan emosional antara *brand* dan konsumen secara berkelanjutan.

