

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Akun Instagram @wardahbeauty menyampaikan pesan dalam konsep *Personal colour Analysis* dilakukan dengan menggunakan bentuk persuasif dan informatif, tema pesan yang bervariasi, dan bentuk konten berupa gambar dan video. Melalui berbagai konten @wardahbeauty berusaha untuk tema-tema utama yang ditemukan adalah *Personal colour Analysis*, rekomendasi produk, konten edukasi, serta promosi event seperti Wardah Colour Station. Melalui pendekatan ini, Wardah tidak hanya mengedukasi audiens mengenai pentingnya pemilihan warna berdasarkan undertone kulit tetapi juga membangun hubungan yang lebih personal dengan audiens melalui interaksi aktif dan acara-event yang melibatkan konsumen.

Konten yang dipublikasikan dalam bentuk gambar dan video ini berhasil mengkomunikasikan pesan dengan jelas, menarik, dan relevan, sehingga memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas audiens terhadap produk-produk Wardah. Keberagaman tema dan variasi bentuk pesan dalam setiap konten menunjukkan keseriusan Wardah dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai platform komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang *personal colour* bagi konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan,, terdapat saran yang diberikan yaitu Untuk semakin memperkuat komunikasi dengan audiens, Wardah sebaiknya lebih sering membagikan tips yang praktis dan mudah diikuti tentang bagaimana memilih produk kecantikan yang sesuai dengan warna kulit. Dengan memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang jenis-jenis undertone kulit, audiens akan lebih mudah memahami cara memilih produk yang cocok untuk mereka. Ini akan membantu mereka merasa lebih percaya diri dan paham tentang cara penggunaan produk.

Selain itu, agar audiens lebih terlibat, Wardah bisa memanfaatkan fitur interaktif yang ada di Instagram, seperti polling, kuis, atau bahkan sesi live. Ini akan membuat audiens lebih aktif berpartisipasi dan merasa lebih dekat dengan brand. Dengan cara ini, mereka tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga bisa terlibat langsung dalam setiap acara atau kegiatan yang diadakan oleh Wardah. Wardah juga bisa memperkenalkan lebih banyak acara seru dan inovatif yang berkaitan dengan personal colour, seperti workshop atau kolaborasi dengan brand atau komunitas lain. Ini akan membantu Wardah menjangkau lebih banyak orang dan memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi audiens.

Terakhir, Wardah bisa bekerja sama lebih banyak dengan influencer kecantikan yang memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar mereka. Kolaborasi dengan influencer ini akan membantu Wardah memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran tentang produk mereka, sekaligus memperkuat citra

merek yang sudah dikenal sebagai pelopor kecantikan yang mengedepankan inklusivitas dan edukasi.