

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada *Brand* Agan Salad” dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi yang dilakukan, maka untuk menjawab rumusan masalah dan mendeskripsikan tujuan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Agan Salad dalam aktifitas pemasaran memanfaatkan promosi langsung dan promosi melalui media online, Pada media online Instagram merupakan media yang paling dimaksimalkan penggunaannya, Hingga saat ini akun Instagram Agan Salad memiliki jumlah followers yang mencapai sekitar 27 ribu *followers* yang terus bertambah setiap harinya. Dengan memiliki jumlah *followers* yang banyak membantu Agan Salad untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga peluang untuk menjangkau pasar yang cakupannya lebih luas. Untuk pemanfaatan fitur seperti posting timeline, instastory, follow, like, comment, hashtag dan kemudian untuk cara lain seperti endorsement, paid promote oleh Agan Salad sudah aktif dilakukan, dan yang paling terasa dampaknya terhadap komunikasi pemasaran adalah penggunaan fitur *instastory* dan cara *endorsement*.

2. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran pada brand Agan Salad sangat membantu perkembangan usaha bisnis ini, diantara manfaat dari penggunaan Instagram adalah kemudahan dalam penyampaian informasi dilakukan, juga manfaatnya adalah semakin dikenalnya produk dan *brand* Agan Salad. Ini memberikan dampak positif pada usaha ini, pada akhirnya bukan hanya pada mereka yang terlibat di dalam bisnisnya, tapi juga pelanggan dari Agan melalui kualitas yang diberikan dalam produk dan pelayanannya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan, diantaranya :

1. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran sudah tepat, penggunaan fitur dari Instagram juga sudah tepat. Disini peneliti menyarankan terhadap penggunaan fitur yang ada di Instagram namun belum dimaksimalkan pada penerapannya untuk juga dimanfaatkan, seperti salah satunya *Instagram ads*
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan, Bagi para akademisi di bidang yang sama yakni ilmu komunikasi mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran khususnya mahasiswa ilmu komunikasi.