

BAB V

PENUTUP

A. kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan terhadap akun *Instagram* @Bluclawy yakni:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh @bluclawy melalui media sosial *instagram* sudah tepat dilakukan melalui beberapa hal untuk mendukung pemasaran yang dilaksanakan agar sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan. Terdapat beberapa elemen yang ada dalam sebuah strategi komunikasi pemasaran yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P, *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place* yang telah dipenuhi secara baik oleh akun *instagram* @bluclawy.
2. Dalam pelaksanaan Strategi Komunikasi pemasaran yang digunakan oleh @bluclawy melalui media sosial *instagram* antara lain dengan menggunakan promosi melalui *endorse selebgram* dan juga mengadakan potongan harga ataupun ongkir. Melalui *instagram* juga memanfaatkan publisitas dengan memanfaatkan testimony yang diberikan oleh konsumen dalam menarik konsumen baru. Media *Instagram* ini dipilih karena sesuai dengan target pasar yang diinginkan dan juga fitur-fitur yang dapat mendukung kegiatan pemasaran yang dilaksanakan, serta mendukung penjualan produk.

3. Dalam mengukur hasil yang dilakukan oleh akun @bluclawy adalah dengan melihat kepuasan konsumen. Tujuannya untuk mengetahui sudah tercapai atau belum serta mengetahui kekurangan agar pelayanan yang dilakukan selanjutnya bisa lebih baik lagi. Hasil yang ditunjukkan oleh konsumen merasa puas dengan apa yang di tampilkan di *instagram* @bluclawy karena mendapatkan wawasan perihal *style* kekinian wanita di dalam akun tersebut. Kepuasan konsumen juga menjadi daya tarik bagi calon konsumen untuk membeli produk yang ada karena percaya terhadap testimony asli yang telah diberikan @bluclawy melalui konsumennya tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dibidang Ilmu Komunikasi khususnya bagi mahasiswa Komunikasi dan Kehumasan.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi toko Bluclawy untuk meningkatkan kinerja dalam kegiatan produksinya.