

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Media Sosial Instagram Pada Akun *@juicey.id* adalah dengan menerapkan bauran pemasaran *marketing mix* dan *promotional mix*.
2. Dalam menyebarkan informasi yang dilakukan oleh *@juicey.id* tidak hanya melalui postingan *feed*, tetapi juga memanfaatkan fitur lainnya seperti *instastory* dan *instagram reels* yang bertujuan mendapatkan *feedback* dari pengguna media sosial instagram.
3. Kelebihan fitur yang dimiliki instagram dapat dengan mudah untuk digunakan sebagai media promosi dan penyebar informasi produk kepada sesama pengguna.
4. Konsumen mayoritas mengetahui *brand @juicey.id* beserta produknya melalui media sosial instagram dan mengalami peningkatan konsumen yang signifikan.
5. Melakukan komunikasi melalui media sosial instagram dengan memberikan *quiz* melalui *instastory* agar mendapatkan perhatian lebih dari konsumen.
6. Penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi sangatlah efektif, namun *@juicey.id* juga menggunakan bantuan *platform* TikTok sebagai media pendukung.
7. Penggunaan *influencer* sebagai pembantu dalam promosi produk melalui media sosial instagram memberikan dampak yang besar terhadap penjualan *@juicey.id*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Juicy.id telah melakukan strategi dengan baik melalui media sosial instagram, tetapi lebih baik lagi meningkatkan interaksi kepada *followers* dan tetap menjaga konsistensi agar berjalan lebih maksimal.
2. Juicy.id harus menjaga konsistensi dalam keaktifan unggahan di media sosial instagram.

