

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Shofiarmakan menggunakan strategi promosi melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang produk kuliner Shofiarmakan di Yogyakarta. Shofiarmakan menggunakan berbagai cara periklanan seperti iklan gambar, video, dan carousel untuk menampilkan makanan Shofiarmakan dengan tampilan yang menggugah selera. Shofiarmakan juga menargetkan audiens yang tertarik dengan makanan dan kuliner, serta berusaha menyesuaikan iklan dengan preferensi dan minat pengguna Instagram. Selain itu, Shofiarmakan menjalankan program promosi penjualan dengan menggunakan kode promo eksklusif, promosi khusus untuk acara tertentu, dan fitur pengiriman makanan melalui aplikasi pihak ketiga. Shofiarmakan juga menggunakan program loyalitas, diskon khusus, *giveaway*, dan interaksi langsung dengan pengikut untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Meskipun tidak melakukan penjualan langsung di Instagram, Shofiarmakan menggunakan platform tersebut untuk memperkenalkan menu, menginspirasi pengguna, dan mengarahkan Shofiarmakan ke gerai atau aplikasi pemesanan yang digunakan. Dengan menggunakan pemasaran langsung dan fitur-fitur interaktif Instagram, Shofiarmakan dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya, mendorong partisipasi, dan memberikan penawaran eksklusif. Secara keseluruhan, Instagram menjadi alat yang efektif

dalam membangun kesadaran merek, memperluas jangkauan, dan meningkatkan penjualan produk kuliner Shofiarmakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran berikut ini:

1. Shofiarmakan harus terus mempelajari preferensi dan minat pengguna Instagram untuk menyesuaikan konten iklan mereka. Dengan memahami apa yang menarik bagi audiens potensial, Shofiarmakan dapat menciptakan iklan yang lebih relevan dan menarik perhatian pengguna.
2. Selain menggunakan iklan gambar, Shofiarmakan juga perlu menggabungkan konten video dan carousel dalam strategi pemasaran mereka. Variasi konten akan membantu menarik perhatian pengguna dan memberikan informasi yang lebih menarik tentang makanan Shofiarmakan.
3. Program promosi penjualan dengan menggunakan kode promo eksklusif dapat mendorong pengguna Instagram untuk mencoba makanan Shofiarmakan. Kode promo eksklusif juga dapat meningkatkan rasa keterikatan pelanggan dengan merek dan menciptakan pengalaman yang istimewa.
4. Shofiarmakan perlu memanfaatkan fitur-fitur interaktif Instagram, seperti polling, tanya jawab, atau konten kuis, untuk mendorong partisipasi pengguna dan meningkatkan interaksi. Ini akan membantu memperkuat hubungan dengan pengikut dan menciptakan pengalaman yang lebih interaktif.

5. Program loyalitas, diskon khusus, dan *giveaway* dapat digunakan untuk mendorong pelanggan yang sudah ada agar tetap setia dan memberikan insentif kepada pengguna Instagram untuk mencoba produk Shofiarmakan. Ini juga dapat membantu dalam memperluas jaringan pelanggan.

