

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram yang diterapkan oleh @nyalanyala.co secara efektif meningkatkan brand awareness. Dengan menggunakan bauran pemasaran 7P, perusahaan berhasil mengelola berbagai aspek penting dalam pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik, untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

Produk (Product): @nyalanyala.co menawarkan produk neon *sign* berkualitas dengan desain yang menarik dan kemasan yang baik. Penggunaan komponen berkualitas tinggi serta penyajian konten visual yang menarik di Instagram membantu menarik minat konsumen. **Harga (Price):** Penetapan harga yang fleksibel dan sesuai dengan kualitas produk memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan pesanan dengan anggaran mereka. Pendekatan ini memastikan keseimbangan antara harga dan kualitas, sehingga menarik dan mempertahankan pelanggan.

Tempat (Place): Penggunaan Instagram sebagai platform promosi memungkinkan @nyalanyala.co menjangkau konsumen secara luas. Penyertaan lokasi *workshop* dalam bio dan postingan meningkatkan kemudahan konsumen dalam menemukan tempat usaha. **Promosi (Promotion):** Penggunaan fitur Instagram *Ads* dan kolaborasi dengan influencer atau brand lain efektif dalam meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek. Konten promosi yang kreatif dan menarik membantu menarik perhatian calon konsumen. **Proses (Process):** Proses pelayanan yang cepat dan responsif menjadi keunggulan @nyalanyala.co. Layanan pemasangan gratis dan konsultasi melalui WhatsApp memastikan konsumen mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan. **Orang (People):** Kreativitas dan kemampuan komunikasi tim, yang terdiri dari owner dengan latar belakang komunikasi dan desain serta admin berpengalaman di *public relations*, berperan penting dalam menjalankan strategi

pemasaran yang efektif. Interaksi yang baik dengan konsumen membantu membangun hubungan jangka panjang. **Bukti Fisik (Physical Evidence):** Pemberian *merchandise* berkualitas dan penampilan testimoni positif dari pelanggan memperkuat kepercayaan konsumen. *Review* dan ulasan yang baik memberikan kepercayaan tambahan bagi calon pelanggan dan membantu dalam keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang terstruktur dan efektif melalui Instagram, dengan memanfaatkan elemen-elemen 7P, membantu @nyalanyala.co dalam meningkatkan *brand awareness* dan memperluas basis pelanggan mereka. Interaksi aktif dan konsisten dengan *audiens*, serta penyajian konten yang berkualitas, menjadi kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat citra merek. Strategi ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial tidak hanya tentang menjual produk, tetapi juga tentang membangun hubungan dan memberikan nilai jangka panjang kepada pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran Nyalanyala.co melalui Instagram, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat diharapkan menjadi bahan evaluasi untuk Nyalanyala.co kedepannya. Nyalanyala.co dapat lebih sering mengupload hasil dari neon yang sudah dipasang maupun belum agar instagram mereka tidak terlihat sepi. Dengan melakukan hal ini, Nyalanyala.co dapat menjaga konsistensi dalam menyajikan konten yang menarik dan dapat meningkatkan insight instagram mereka. Nyalanyala.co dapat mengadakan program *Giveaway*, dengan memberikan *giveaway* dengan ketentuan harus *follow*, *like*, dan komen pada postingan yang ditentukan agar dapat meningkatkan insight instagram mereka. Kemudian Nyalanyala.co dapat mencoba merambah ke media sosial lainnya seperti tiktok karena sekarang banyak UMKM yang menawarkan produk mereka melalui tiktok dengan membuat konten ataupun *live* dengan

menawarkan produk mereka dengan cara yang menarik agar video tersebut diharapkan bisa menjangkau *audiens* menjadi semakin luas.

