

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai analisis konten komunikasi pemasaran pada akun Instagram @basrengfactory, maka dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @basrengfactory membuat konten komunikasi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen melalui aplikasi Instagram dengan membuat konten yang berisikan mengenai interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Dalam konten tersebut banyak menyajikan berbagai informasi mengenai produk yang ditawarkan dan juga interaksi dengan *followers* untuk membangun *engagement* sehingga terciptalah kedekatan emosional antara penjual dan konsumen. Konten-konten yang diunggah telah menggabungkan strategi visual, interaktif, dan responsif yang efektif dalam menjangkau *audiens*, membangun citra merek, serta meningkatkan penjualan. Akun Instagram @basrengfactory juga memiliki strategi komunikasi pemasaran yang efektif dengan menggunakan berbagai jenis konten, konsistensi dalam mengunggah konten dan pendekatan interaktif dengan *audiens*. Namun, untuk lebih memaksimalkan efektivitas pemasaran, perlu diperhatikan pengoptimalan penggunaan *influencer* untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas lagi.

Di dalam konten yang diunggah oleh Basreng Factory juga memiliki indikator konten dan berkaitan dengan *marketing communication mix*, indikator konten yang ada di dalam konten Basreng Factory yaitu relevansi, akurasi, nilai, kejelasan, aksesibilitas dan konsistensi. Basreng Factory juga menambahkan *caption* dan *hashtag* pada setiap kontennya yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Dari sini penulis menyimpulkan bahwa ada penerapan konsep bauran komunikasi pemasaran atau *marketing communication mix* pada setiap konten yang diunggah pada akun Instagram @basrengfactory. Dengan memanfaatkan bauran komunikasi pemasaran ini, Basreng Factory dapat lebih efektif dalam membangun

hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas merek dan pada akhirnya bisa meningkatkan penjualan melalui media sosial yang terus berkembang.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan dalam penelitian baik mengenai konten komunikasi pemasaran maupun strategi konten komunikasi pemasaran dalam UMKM Basreng Factory. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konten komunikasi pemasaran Basreng Factory. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menambahkan variabel pada penelitian selanjutnya.

5.2.2 Bagi UMKM Basreng Factory

Peneliti memberi saran kepada Basreng Factory agar meningkatkan perencanaan konten yang lebih jelas supaya konten yang diunggah tidak monoton. Sebaiknya sebelum membuat konten, Basreng Factory terlebih dahulu merencanakan konten dan membuat *script* secara tertulis. Tujuan perencanaan konten ini agar konten yang ditonton bisa lebih bervariasi dan lebih membuat penonton tertarik.