

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penggunaan media sosial instagram digunakan toko kacamata Sayscorpio_id sebagai salah satu media untuk meningkatkan minat beli. Sayscorpio_id memanfaatkan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh instagram. Fitur instagram yang paling efektif digunakan yaitu fitur *stories*, fitur unggah foto dan video, serta fitur *direct message* (DM). Fitur *stories* digunakan untuk membagikan pesan dan informasi penting seperti *discount* promo, fitur unggah foto dan video digunakan untuk memposting produk-produk kacamata, dan fitur *direct message* (DM) digunakan untuk berinteraksi dengan *customer*. Ke-tiga fitur instagram tersebut, dapat memaksimalkan proses promosi dan pemanfaatan media sosial secara digital *account @sayscorpio_id*.

Fitur instagram digunakan untuk penerapan teori AISAS pada penelitian ini. Tahapan *Attention* yang dilakukan yaitu membuat konten-konten yang informatif dan persuasif. Selanjutnya *Interest* dengan memberikan *discount* pada tanggal-tanggal tertentu, lalu *Search* muncul dengan *customer* mencari informasi lebih dalam mengenai produk Sayscorpio_id, *Action* atau tindakan membeli produk kacamata dikarenakan konten promosi Sayscorpio_id, serta *share* yang dilakukan oleh *customer* untuk membagikan pengalamannya. Penelitian ini menunjukan bahwa pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan efektif untuk meningkatkan minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian, maka penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat secara teoritis dan praktis. Berikut adalah beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan bahan masukan, yang dijelaskan sebagai berikut :

A) Saran untuk Sayscorprio_id

Dalam pemanfaatan media sosial instagram penulis menyarankan kepada Sayscorprio_id agar menggunakan iklan berbayar atau Instagram *ads* dengan tujuan jangkauan yang semakin luas dan lebih memasang target pasar yang lebih spesifik sehingga dapat lebih meningkatkan minat beli. Memanfaatkan *live* instagram sesekali agar cara berinteraksi langsung dengan *followers* tidak hanya menggunakan fitur *stories* dan *direct message* (DM). Mempertahankan konten-konten *try on* kacamata dan konten yang memberikan solusi dari permasalahan *customer*. Serta memanfaatkan fitur *hashtag* agar SEO semakin meningkat selain dari kolaborasi dengan influencer.

B) Penelitian Selanjutnya

Diharapkan adanya penelitian yang serupa dan lebih mendalami lagi tentang materi pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan minat beli dari segi pandang jenis konten yang lebih spesifik. Misalnya seperti video, foto, *reels* yang paling efektif dan praktis dalam meningkatkan minat beli. Pada penelitian ini hanya menggunakan bauran komunikasi pemasaran, diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan komponen pemasaran menjadi 7P yakni *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.