

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, akun @poetrigym memanfaatkan fitur *instagram stories* sebagai media komunikasi pemasaran melalui fitur informasi dan identifikasi pada *highlight*, fitur visual dan kreativitas konten melalui penggunaan foto, bingkai, dan musik, fitur interaktif melalui *repost*, serta fitur tautan (*link*). Pemanfaatan fitur-fitur tersebut dilakukan untuk menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran yang didukung melalui pendekatan *Social Media Marketing (SMM)* dalam meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, dan hubungan yang responsif dengan audiens.

Akun @poetrigym mengoptimalkan elemen hubungan masyarakat (*public relations*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran interaktif (*interactive marketing*) melalui penyampaian informasi yang konsisten, interaktif, dan mudah diakses. Pemanfaatan *instagram stories* tersebut mampu membentuk persepsi positif audiens terhadap kualitas, kredibilitas, persepsi resiko, pelayanan, dan harga Poetri Gym.

Secara keseluruhan, pemanfaatan *instagram stories* oleh akun @poetrigym sebagai media komunikasi pemasaran mampu membangun citra brand Poetri Gym sebagai pusat kebugaran khusus perempuan yang profesional, terpercaya, responsif, dan interaktif di media digital.

### 5.2. Saran

#### a. Saran Praktis

Bagi pihak pengelola @poetrigym, pemanfaatan *instagram stories* perlu dilakukan secara lebih konsisten dan interaktif agar komunikasi pemasaran yang dibangun tidak bersifat satu arah. Pengelola disarankan untuk lebih aktif dalam memperbarui *highlight* secara berkala sehingga informasi seperti jadwal kelas, harga, fasilitas, maupun aktivitas gym tetap relevan dan tidak terkesan diabaikan. Selain itu, fitur interaktif pada *instagram stories* seperti *polling*, *question box*,

dan *quiz* dapat lebih dioptimalkan guna meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun komunikasi yang lebih dekat dengan member maupun followers.

Pengelola juga disarankan untuk melakukan evaluasi konten secara berkala melalui data insight Instagram seperti *taps forward*, *exits*, dan *link clicks* untuk mengetahui efektivitas konten yang dibagikan. Selain itu, pemanfaatan fitur Instagram lain seperti *Reels*, *Feed*, dan *Broadcast Channel* dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan audiens serta memperkuat komunikasi digital secara lebih efektif dan berkelanjutan.

**b. Saran Akademis**

Secara akademis, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan membandingkan *instagram stories* dengan fitur lain seperti *instagram reels* atau platform media sosial lainnya agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi pemasaran digital. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dapat dipertimbangkan untuk mengukur pengaruh masing-masing fitur terhadap keputusan konsumen secara statistik. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian pada aspek loyalitas konsumen maupun *brand equity* untuk melihat pengaruh media sosial terhadap nilai merek dan hubungan jangka panjang dengan konsumen.