

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “Pemasaran Akun Instagram @teserapictures dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Fotografi Pernikahan”. Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang dilakukan oleh penulis pada bab-bab terdahulu, dapat disajikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari tujuan penelitian untuk mengetahui pemasaran yang dilakukan Tesera Pictures melalui media sosial Instagram sebagai berikut :

1. Dalam menggunakan media sosial Instagram, Tesera Pictures menggunakan beberapa fitur Instagram dalam melakukan pemasaran seperti *feeds*, *Instagram Story*, *Instagram Bio*, *Direct Message* dan juga *Instagram Ads*. Penggunaan beberapa fitur yang ada di Instagram ini dilakukan Tesera Pictures sebagai sarana dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran sehingga *client* merasakan terpaan pemasaran melalui beberapa fitur yang digunakan oleh Tesera Pictures.
2. Tesera Pictures memiliki *Segmentasi*, *Targeting*, dan *Positioning*. *Segmentasi* dari Tesera Pictures sendiri berkisar usia dari 23 sampai 35 tahun dan dapat dilihat dari harga yang diberikan tertuju pada kalangan menengah dan untuk wilayahnya sendiri sekitaran Jabodetabek. Dan untuk *targeting* dari Tesera Pictures sendiri merupakan teman-teman dari para relasi seperti *vendor* dan juga para *client* yang pernah menggunakan jasa mereka. Lalu untuk *positioning* atau hal yang membedakan Tesera Pictures dengan pasar lain yaitu Tesera

Pictures merupakan *vendor* foto pernikahan dengan konsep atau nuansa *intimate outdoor*.

3. Tesera Pictures menerapkan komponen *Integrated Marketing Communication* dalam melakukan pemasaran, komponen yang diterapkan Tesera Pictures sebagai berikut:
 - a. Periklanan, Tesera Pictures menerapkan unsur periklanan dengan menggunakan beberapa fitur Instagram terutama *Instagram Ads*. Melalui *Instagram Ads*, Tesera Pictures dapat menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga memungkinkan banyak masyarakat luas dapat mengenal Tesera Pictures. Selain itu, Tesera Pictures juga menggunakan fitur *Instagram Story* dengan menandai para akun Instagram *vendor* lain dengan harapan mereka *repost* sehingga banyak dari pengikut mereka yang mengetahui *vendor* Tesera Pictures.
 - b. Promosi Penjualan, Tesera Pictures melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan *discount* harga dan juga memberikan *free* pada *item-item* tertentu. Hal ini dilakukan pada saat bulan dan *event-event* tertentu. Melalui Instagram, Tesera Pictures menggunakan fitur *Instagram Story* dalam melakukan promosi.
 - c. Hubungan Masyarakat, dalam menerapkan unsur hubungan masyarakat, Tesera Pictures melakukan kegiatan berupa *open house* dengan para *vendor* lain dengan tujuan para *client* dapat berinteraksi secara langsung sehingga memunculkan kepercayaan atau keyakinan lebih dalam menggunakan jasa Tesera Pictures sebagai *vendor* foto pernikahannya. Tidak hanya dengan para *client*, Tesera Pictures juga menjaga hubungan baik dengan para rekan *vendor* dengan cara bertukar *hampers*.
 - d. Penjualan Personal, penjualan personal yang dilakukan Tesera Pictures lebih berfokus kepada teman dan rekan-

rekan *vendor* yang mereka jaga hubungannya dengan baik. Karena mayoritas dari teman *owner* Tesera Pictures merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang pernikahan sehingga dapat membantu dalam menawarkan jasa Tesera Pictures.

- e. Pemasaran Langsung, Tesera Pictures melakukan pemasaran langsung kepada rekan *vendor* dengan mengajak kerjasama dengan harapan dapat masuk kedalam *packaging* dari *vendor* tersebut, dan melalui media sosial Instagram sendiri Tesera Pictures memanfaatkan fitur *bio Instagram* dalam melakukan *direct marketing* dan juga *direct message* pada fitur Instagram.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Tesera Pictures menggunakan beberapa fitur Instagram seperti *Feeds*, *Instagram Story*, *Instagram Bio*, *Direct Message* dan *Instagram Ads*. *Instagram feeds* sendiri digunakan sebagai sarana dalam memperlihatkan portofolio guna menarik para *client* dalam menjadikannya referensi untuk pernikahannya nanti, lalu untuk *Instagram story* digunakan sebagai sarana dalam melakukan promosi seperti *me-repost* ataupun menandai baik rekan *vendor* ataupun *client* guna mengenalkan jasa mereka kepada para teman ataupun pengikut Instagram mereka, lalu *Instagram Ads* digunakan sebagai sarana dalam melakukan periklanan dengan tujuan mendapatkan jangkauan yang lebih luas dalam mencapai target yang ingin dituju, dan yang terakhir *Instagram Bio* dan *Direct Message* digunakan sebagai sarana dalam melakukan pemasaran langsung.

5.2 Saran

Dalam hal ini, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan kesimpulan yang telah dikemukakan, penulis ingin memberikan beberapa saran dan masukan diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam melakukan pemasaran melalui media *online* diharapkan dapat memanfaatkan banyak *platform digital* baik media sosial ataupun *platform* lain seperti *youtube*, *website*, dan juga *tiktok*, tidak hanya berfokus dengan media sosial Instagram karena dengan memanfaatkan *platform digital* lain akan menambah jangkauan pasar yang ingin dituju.
2. Diharapkan dapat selalu menjaga hubungan baik dengan para relasi dan mantan *client* agar terbentuk citra yang baik dimata mereka sehingga dapat menciptakan *Word of Mouth* yang positif.

