

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terkait dengan judul penelitian yaitu Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam Mengembangkan Penjualan melalui Instagram @skinmurchofficial dengan menggunakan teori Komunikasi Pemasaran guna menarik calon konsumen untuk membeli produk skinmurch sehingga dapat mendorong peningkatan terhadap penjualan brand. Peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan hasil temuan-temuan pada penelitian yang telah dilakukan yakni sebagai berikut:

1. Skinmurch menggunakan platform Instagram secara aktif yang merupakan media utama dalam proses berlangsungnya kegiatan komunikasi pemasarannya. Dengan pemilihan instagram sebagai media utama dalam melakukan promosi produk serta telah melakukan pengoptimalan seluruh fitur instagram telah berhasil memperkenalkan produk skinmurch untuk dikenal banyak orang sehingga sangat mendukung pengembangan penjualan serta melahirkan para loyal customer.
2. Pemilihan konten yang cocok untuk audience berdasarkan kebutuhan mereka yaitu berupa konten yang mengedukasi. Hal ini sangat krusial bahwa isi pesan yang disampaikan kepada konsumen dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk. Dengan menghadirkan konten edukatif seperti tutorial penggunaan maupun testimoni dari produk skinmurch dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk Skinmurch. Sehingga dengan menggunakan konten yang tepat untuk disampaikan kepada konsumen dapat menunjang dalam peningkatan penjualan produk Skinmurch.
3. Skinmurch menjalin hubungan dengan konsumen atau audience nya secara interaktif. Hal ini dilakukan oleh skinmurch karena brand

Skinmurch selalu melibatkan konsumennya agar mereka merasa dianggap sehingga dapat menimbulkan keterikatan perasaan secara emosional dengan demikian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga dengan sering melakukan interaksi secara aktif dengan audience akan membangun kepercayaan terhadap brand Skinmurch.

4. Penggunaan influencer dalam mendukung kegiatan komunikasi pemasaran sangatlah berpengaruh terhadap peningkatan penjualan skinmurch. Melalui gaya komunikasi yang disampaikan oleh seorang influencer berdasarkan ciri khasnya masing-masing dapat menyebarkan *brand awareness* secara langsung serta mempengaruhi audiencenya untuk membeli produk skinmurch.
5. Upaya yang dilakukan skinmurch dalam pelaksanaan promosi secara berkelanjutan terhadap produknya yaitu melakukan berbagai cara seperti dengan menggandeng influencer, beriklan menggunakan Meta ads di instagramnya, serta mengadakan diskon dan promo exclusive terhadap produknya di waktu-waktu tertentu. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik para konsumen untuk membeli produk skinmurch berdasarkan penawaran yang telah diberikan. Sehingga dengan melakukan kegiatan ini dapat mendorong terjadinya membludaknya pembelian dari konsumen sehingga secara tidak langsung akan adanya peningkatan pembelian dari skinmurch itu sendiri.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis teliti ini. Peneliti ingin memberikan saran dan masukan diantaranya yaitu:

1. Skinmurch harus tetap berinovasi lagi dalam pembuatan kontennya. Sehingga dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasarannya tidak hanya fokus dalam mempromosikan melalui konten testimoni dari pengguna. Sehingga Skinmurch juga harus berinovasi dalam pembuatan konten misalnya seperti konten *out of the box*, sehingga

dengan menghadirkan konten yang kreatif dapat memperkuat citra brand dan menarik para calon konsumen.

2. Diharapkan Skinmurch juga turut aktif dalam menggunakan platform sosial media lainnya. Sehingga jika penggunaan media sosial secara merata dan dapat dioptimalkan dengan baik akan membuka peluang besar bagi skinmurch untuk memperkenalkan produknya lebih luas lagi sehingga dengan begitu dapat meningkatkan penjualan terhadap Skinmurch.

