

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terhadap akun Instagram @the.monostudio yaitu:

1. Dalam penelitian ini, akun Instagram @the.monostudio menggunakan media sosial Instagram sebagai media pemasaran untuk mengenalkan, memberikan pengaruh, menumbuhkan kepercayaan dan persepsi positif agar selalu diingat oleh *customer* serta menarik *followers* atau *customernya* agar tertarik untuk berkunjung ke @the.monostudio.
2. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @the.monostudio melibatkan empat unsur dari *Social Media Marketing* Gunelius. Dimana masing-masing empat unsur yaitu *Content Creation*, *content sharing*, *Connecting*, *Community Building*.
3. Upaya strategi komunikasi pemasaran @the.monostudio dilakukan melalui *content sharing* yang dikemas dengan baik dan menarik, maka munculah *Content Sharing*, *connecting*, *community building* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram, seperti fitur *Feeds*, *Reels*, *Highlight*, *Story/Instastory*, *Direct Message* (DM), dan *Instagram Ads*. Kualitas penggunaan media sosial Instagram yang baik dapat memberikan pengaruh positif dalam membangun strategi komunikasi pemasaran.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan observasi juga mengamati secara langsung kelapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu:

1. Peneliti memberikan saran sebaiknya akun Instagram @the.monostudio lebih memperjelas *hashtag* dan juga *caption* pada postingan *feeds* maupun *reels* di akun Instagram @the.monostudio agar calon *customer* bisa mengetahui keunggulan dan keunikan dari @the.monostudio dan menjadi daya tarik khusus bagi para pengunjung yang bertujuan untuk memberikan sesuatu yang berbeda dan terkesan sangat memanjakan calon *customer* dari @the.monostudio, tidak hanya sekedar menjual produk/jasa saja tetapi @the.monostudio juga menjual jasa yang berupa tempat, ruang, dan kegiatan lainnya. Dan sebaiknya @the.monostudio juga meningkatkan frekuensi penggunaan media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, juga *website* seperti di Instagram yang dapat menarik *followersnya* agar tertarik berkunjung ke @the.monostudio.
2. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti mengharapkan untuk bisa memperdalam dan dapat melengkapi pembahasan terkait teori *Social Media Marketing* menurut Gunelius untuk lebih diperluas lagi dan pembaharuan terkait strategi komunikasi pemasaran pada media sosial terutama Instagram. Karena penulis menyadari penelitian ini masih kurang referensi yang sesuai dengan teori *Social Media Marketing* menurut Gunelius. Lalu penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dengan judul atau teori yang sejenis.