

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap “Strategi Promosi *Online* Kallestory dalam Mengenalkan Produk sebagai *Premium Custom Handmade Wooden & Horn Eyewear* Tahun 2017” dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi promosi *online* melalui instagram memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dalam menyebarkan informasi pesan promosi yang ingin disampaikan kepada target konsumen. Hal ini dikarenakan internet merupakan media komunikasi yang memiliki jangkauan luas serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Kallestory menggunakan foto produk sebagai kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial instagram. Bentuk foto produk yang dilakukan terdiri dari foto berupa deskripsi dari produk yang ditawarkan sebagai bentuk edukasi terhadap nilai produk yang ditawarkan. Foto dari konsumen yang menggunakan produk Kallestory baik dari kalangan artis dan pejabat yang menunjukkan kelas suatu produk, serta foto komparasi antara produk Kallestory dengan produk kompetitor untuk menunjukkan kualitas produk yang dimiliki.

Selain itu Kallestory juga membuat kuis “*giveaway*” dengan melibatkan partisipasi para *followers* untuk menjangkau audiens yang lebih luas sehingga merek Kallestory dapat dikenal para pengguna instagram.

## B. SARAN

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian strategi promosi *online* Kallestory dalam memperkenalkan produk sebagai *premium custom handmade wooden & horn eyewear* tahun 2017, antara lain:

1. *Marketing Communication* Kallestory perlu melakukan analisis terhadap *feedback followers* dalam aktivitas promosi melalui instagram, agar dapat mengukur tingkat keberhasilan kegiatan tersebut.
2. *Marketing Communication* Kallestory dapat menggunakan *endorsement*, selebgram, *instagram ads* dalam kegiatan promosi untuk menjangkau segmen yang lebih luas.
3. Pembuatan atau pelaksanaan program kuis seharusnya dilakukan secara berkala dengan suatu pertimbangan yang jelas sehingga dapat menghasilkan kegiatan yang efektif seperti meningkatnya jumlah *followers* yang berdampak pada respon (*like, comment*) di setiap unggahan Kallestory.
4. Bagi Peneliti selanjutnya, dapat melakukan kajian media baru khususnya pengaruh media sosial terhadap minat beli sehingga diharapkan penelitian tersebut dapat melengkapai kajian dalam penelitian ini.