

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran digital di akun instagram @pstore_batam dalam upaya memperkuat branding, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran digital @pstore_batam telah menerapkan pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC) secara konsisten, dengan mengintegrasikan berbagai bentuk komunikasi seperti konten feed, story, reels, interaksi langsung melalui DM dan komentar, hingga pengalaman langsung di toko. Strategi ini tidak hanya fokus pada promosi produk, namun juga pada penguatan hubungan dengan konsumen melalui pendekatan komunikatif yang menyeluruh dan terintegrasi.
2. Elemen-elemen IMC yang dominan digunakan dalam strategi @pstore_batam meliputi periklanan digital, promosi penjualan, pemasaran langsung, interaktif marketing, serta aktivitas berbasis pengalaman pelanggan. Penggunaan konten visual yang konsisten, gaya bahasa yang santai dan ramah, serta pendekatan hiburan seperti repost dagelan menjadi strategi inovatif yang efektif dalam meningkatkan engagement dan memperkuat branding.
3. Evaluasi strategi pemasaran digital dilakukan secara aktif melalui analisis insight Instagram, seperti reach dan engagement. Hal ini membuktikan bahwa

@pstore_batam tidak hanya mengandalkan jumlah followers, tetapi juga berfokus pada keterlibatan audiens. Strategi komunikasi yang diterapkan mampu mempertahankan relevansi akun di tengah persaingan ketat pasar handphone di Batam, serta menciptakan emotional connection antara brand dan audiens.

5.2 Saran

Merujuk pada hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, berikut sejumlah saran yang dapat diberikan:

1. Diharapkan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan tren konten dan kebutuhan audiens. Memanfaatkan potensi elemen IMC lain seperti *public relations* dan *word of mouth marketing* (WOM) dapat menjadi peluang untuk memperkuat posisi brand secara organik dan lebih luas.
2. Perlu menjaga konsistensi visual dan kualitas pesan komunikasi, serta menambah variasi konten seperti edukasi yang lebih mendalam atau konten kolaboratif. Tim juga bisa mempertimbangkan penggunaan mikro-influencer lokal untuk menambah eksposur tanpa mengorbankan orisinalitas akun.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh konten hiburan terhadap loyalitas konsumen atau studi perbandingan antar akun bisnis di Batam yang menggunakan pendekatan IMC. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh IMC terhadap peningkatan penjualan secara lebih terukur.