

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah mengumpulkan, menguji, dan menganalisis data penelitian, beberapa kesimpulan dibuat, termasuk:

Pertama, penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menganalisis tema pesan, sifat pesan, dan bentuk konten komunikasi pemasaran pada media Instagram yang diterapkan oleh akun Instagram @clozetteid terkait konten *beauty* dan *style* selama periode Maret 2023 hingga Oktober 2024. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana @clozetteid menyampaikan pesan-pesan pemasaran kepada audiensnya, serta bagaimana bentuk dan sifat konten yang diunggah dapat memengaruhi interaksi dan keputusan pembelian audiens dalam konteks kecantikan dan gaya hidup.

Kedua, sifat pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @colozzetid antara Maret 2023 hingga Oktober 2024 cenderung berfokus pada dua tujuan utama: persuasif dan informatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat pesan yang terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram Clozette adalah pesan persuasif sejumlah 69 konten (51%). Hal ini menunjukkan konten ditujukan untuk mendorong pembelian melalui call-to-action, dan informatif untuk edukasi produk, penggunaannya, serta manfaatnya. Pesan persuasif bertujuan untuk mempengaruhi audiens agar membuat keputusan pembelian atau mencoba produk baru. Dengan kombinasi sifat pesan ini, @colozzetid berhasil menarik perhatian audiens yang mencari informasi lebih dalam sambil tetap memotivasi mereka untuk melakukan pembelian atau interaksi lebih lanjut.

Ketiga, tema pesan yang diangkat oleh akun Instagram @colozzetid sangat beragam, seperti berfokus pada lingkup kecantikan, mode, dan gaya hidup yang relevan dengan audiens muda, aktif, dan trend-conscious. Beberapa tema yang sering muncul termasuk *beauty trends*, *how-to tips*, *personal stories*, *seasonal/event-related content*, serta *glitz and glam*. Pesan yang disampaikan pada tema pesan terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram

Clozette adalah tema *Aspiration and Beliefs* sejumlah 28 konten (21%). Konten tersebut ditujukan untuk memberikan motivasi seperti cita-cita dan keyakinan yang dimiliki oleh audiens. Pesan yang disampaikan menggugah aspirasi dengan pesan yang positif atau dorongan untuk mencapai tujuan yang lebih besar.

Keempat, bentuk pesan yang digunakan oleh @colozzetid didominasi oleh konten visual yang menarik dan mengundang perhatian, baik itu melalui video atau carousel. Gambar berurut (Carousel) sering kali digunakan untuk menampilkan produk secara jelas dan memikat, biasanya disertai dengan caption yang menarik. Video tutorial atau unboxing produk juga sering digunakan untuk memberikan penjelasan lebih rinci mengenai cara penggunaan atau manfaat produk tersebut. Pesan yang disampaikan pada bentuk pesan terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram Clozette adalah bentuk Carousel sejumlah 83 konten (62%). Konten dengan bentuk ini ditujukan untuk menciptakan konten yang menarik dan menyampaikan informasi terstruktur kepada audiens.

Kelima, dalam setiap konten yang diunggah, @colozzetid tidak hanya fokus pada visual yang menarik, tetapi juga menggunakan teks yang tepat untuk memicu interaksi, seperti *call-to-action*, tagar relevan, atau ajakan untuk meninggalkan komentar. Dengan kombinasi antara visual yang menarik dan konten yang relevan, mereka berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan pengikut mereka. Selain itu, penggunaan influencer dan selebriti dapat memperluas jangkauan pesan dan memperkuat kredibilitas produk. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berfokus pada audiens, akun @clozetteid mampu membangun hubungan yang kuat antara brand yang dipromosikan dengan target pasar, sekaligus memosisikan dirinya sebagai platform yang kredibel dalam industri *beauty* dan *lifestyle* di media sosial.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

1. Penelitian ini dapat dilengkapi dengan studi kualitatif, seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terfokus (FGD), untuk menggali lebih

dalam persepsi audiens terhadap pengemasan pesan pemasaran di Instagram. Hal ini akan memberikan perspektif yang lebih mendalam terkait efektivitas strategi komunikasi pemasaran.

2. Penelitian mendatang dapat mengembangkan model teoritis yang menjelaskan hubungan antara elemen-elemen pengemasan pesan dengan tingkat keterlibatan audiens. Model ini dapat digunakan untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi pemasaran di media sosial secara lebih terstruktur.
3. Untuk memberikan wawasan yang lebih luas, penelitian serupa dapat dilakukan dengan membandingkan akun @clozetteid dengan akun media sosial lain yang juga fokus pada konten *beauty* dan *lifestyle*. Selain itu, analisis lintas platform misalnya Instagram vs. TikTok. Sehingga dapat membantu memahami perbedaan strategi komunikasi pemasaran di berbagai media sosial.

5.2.2. Saran Praktis

1. Akun @clozetteid dapat lebih mengoptimalkan pengemasan pesan dengan memadukan elemen visual yang lebih interaktif, seperti infografis atau video singkat, untuk menarik perhatian audiens yang memiliki preferensi terhadap konten yang dinamis. Hal ini dapat meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement*) sekaligus mempertahankan minat audiens.
2. Meskipun penggunaan bahasa Indonesia dan Inggris sudah diterapkan, akun @clozetteid dapat lebih sistematis dalam menentukan kapan dan untuk audiens mana masing-masing bahasa digunakan. Misalnya bahasa Inggris dapat digunakan untuk konten yang menargetkan audiens global, sementara bahasa Indonesia lebih ditekankan untuk pasar lokal.
3. Menggunakan analitik media sosial secara mendalam untuk memahami preferensi dan perilaku audiens dapat membantu dalam merancang pesan pemasaran yang lebih relevan dan personal. Hal ini dapat mencakup analisis waktu unggahan terbaik, format konten yang paling diminati, atau jenis produk yang paling sering diminati oleh audiens.

4. Ajakan seperti “share yuk” dapat ditingkatkan dengan strategi yang lebih kreatif, seperti kontes atau tantangan (*challenge*) di media sosial yang dapat memberikan insentif kepada audiens untuk berpartisipasi. Misalnya berupa hadiah atau fitur khusus di platform.

