

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana *@ellips_haircare* mengemas konten promosi perawatan rambut mereka melalui akun Instagram selama periode Juli 2023 hingga Desember 2024. Hasil analisis mengungkapkan bahwa Ellips berhasil mengintegrasikan berbagai elemen dalam bauran promosi, gaya pesan, jenis konten, dan bentuk konten untuk mencapai tujuan pemasaran mereka, yakni meningkatkan *brand awareness*, memberikan edukasi tentang produk, dan mendorong pembelian melalui pendekatan yang persuasif. Secara keseluruhan, *@ellips_haircare* menampilkan pendekatan pemasaran yang matang, di mana setiap elemen disesuaikan dengan tujuan yang lebih luas untuk membangun hubungan yang lebih mendalam dengan audiens dan membentuk citra merek yang kuat.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, elemen konten bauran promosi yang digunakan oleh *@ellips_haircare* meliputi *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, dan *Direct Marketing*. Dalam hal elemen konten bauran promosi, hasil analisis menunjukkan bahwa *Personal Selling* mendominasi penggunaan konten dengan persentase (37%) dari total postingan. Elemen ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih mendalam kepada audiens mengenai produk melalui edukasi yang lebih personal dan tutorial penggunaan produk yang mudah dipahami. Pendekatan ini membantu *@ellips_haircare* membangun hubungan jangka panjang dengan audiens dan memberi solusi bagi masalah yang mereka hadapi.

Di sisi lain, *Public Relations* tercatat dengan persentase (33%), yang menunjukkan fokus Ellips pada kegiatan sosial dan peningkatan citra merek melalui penyampaian informasi yang menginspirasi dan memotivasi audiens untuk merawat diri dan menjaga kesehatan rambut. *Advertising*, dengan persentase (11%), digunakan untuk memperkenalkan produk melalui pesan persuasif dan visual yang menarik. Elemen *Direct Marketing* mencatatkan persentase paling rendah dengan

(7%), yang menunjukkan bahwa @ellips_haircare lebih memilih untuk menghindari ajakan eksplisit dalam kebanyakan kontennya, kecuali dalam promosi terbatas yang mengharuskan *call-to-action* yang lebih langsung.

Dalam hal gaya pesan, pendekatan *Soft Selling* mendominasi dengan (77%) dari total postingan. Gaya pesan ini lebih berfokus pada pendekatan yang halus dan membangun hubungan emosional dengan audiens. @ellips_haircare menggunakan narasi, edukasi, dan testimoni untuk mengkomunikasikan manfaat produk secara tidak langsung, mengedepankan rasa percaya dan kedekatan emosional. Hal ini sangat sesuai dengan tujuan jangka panjang merek yang ingin menciptakan loyalitas dan hubungan yang lebih intim dengan audiens. Sementara itu, *Hard Selling*, yang digunakan dalam (23%) postingan, lebih menekankan pada dorongan pembelian langsung melalui penawaran terbatas atau ajakan eksplisit untuk membeli produk. Meskipun lebih sedikit digunakan, gaya pesan ini berfungsi untuk menciptakan urgensi dalam situasi tertentu.

Terkait dengan jenis konten, *Educate* adalah kategori yang paling dominan dengan (35%) dari total konten yang diposting. Menekankan penyampaian informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman audiens mengenai cara penggunaan dan manfaat produk. Selanjutnya, *Entertain* menduduki peringkat kedua dengan (34%), Konten hiburan ini mencakup berbagai elemen ringan seperti kuis, tantangan, dan konten viral yang bertujuan untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi audiens dengan merek. *Inspire* berkontribusi sebesar (17%), di mana konten ini bertujuan untuk memotivasi dan menginspirasi audiens melalui kisah-kisah inspirasi dan *motivasional* yang mendalam. *Convince*, yang berfokus pada persuasi untuk mendorong pembelian langsung, tercatat dengan persentase terendah, yaitu (14%), karena lebih jarang digunakan, hanya dalam konteks promosi dan penawaran khusus yang membutuhkan respons cepat dari audiens.

Dari segi bentuk konten, *Single Image* mendominasi penggunaan dengan (38%), karena bentuk konten ini memungkinkan Ellips untuk menyampaikan pesan yang jelas dan langsung dengan visual yang menarik. *Video/Reels* yang digunakan untuk penyampaian informasi lebih mendalam, seperti tutorial atau berbagai pilihan produk, tercatat (32%), sementara *Carousel* yang lebih dinamis dan interaktif

mencatatkan (30%). *Video/Reels* sangat efektif untuk menciptakan pengalaman visual yang menarik dan edukatif, menggabungkan elemen musik dan visual yang dapat menarik perhatian audiens lebih kuat.

Semua unsur yaitu elemen konten bauran promosi, gaya pesan, jenis konten, dan bentuk konten mengarah pada pola komunikasi yang selaras dan terintegrasi, yaitu pendekatan edukatif yang halus namun konsisten untuk membangun hubungan yang lebih mendalam dan langgeng dengan audiens. Setiap elemen dalam strategi ini berfungsi untuk memperkuat ikatan antara merek dan audiens, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan mengedepankan nilai edukasi yang bermanfaat. Dengan pendekatan ini, *@ellips_haircare* tidak hanya mengenalkan produk, tetapi juga membangun kepercayaan, meningkatkan pemahaman tentang perawatan rambut, serta menginspirasi audiens untuk merawat diri mereka dengan cara yang lebih sehat dan positif.

- Secara keseluruhan, *@ellips_haircare* berhasil mengemas konten promosi mereka dengan pendekatan yang sangat terstruktur dan terintegrasi, menggunakan berbagai elemen konten bauran promosi, gaya pesan, jenis konten, dan bentuk konten yang berbeda. *Soft Selling* yang dominan (77%) sangat sejalan dengan tujuan merek untuk membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens, sedangkan *Personal Selling* yang menonjol (37%) menjadi pendekatan yang efektif dalam memberikan edukasi mendalam mengenai produk. Di sisi lain, *Educate* menjadi jenis konten yang paling sering digunakan (35%), menekankan penyampaian informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman audiens mengenai cara penggunaan dan manfaat produk. Dalam hal bentuk konten, *Single Image* lebih banyak digunakan (38%) karena kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara cepat dan jelas. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan oleh *@ellips_haircare* melalui Instagram sangat efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens, memberikan edukasi mengenai produk, serta mendorong tindakan audiens untuk membeli produk atau berpartisipasi dalam promosi.

5.2. Saran

Penelitian ini menghasilkan temuan penting terkait dengan pengemasan konten promosi perawatan rambut pada akun Instagram *@ellips_haircare* selama periode Juli 2023 hingga Desember 2024. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan oleh Ellips sangat beragam, mencakup elemen konten bauran promosi, gaya pesan, jenis konten, dan bentuk konten. Meski demikian, ada beberapa hal yang dapat diperbaiki atau ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Oleh karena itu, saran berikut disampaikan untuk pengembangan penelitian atau strategi konten yang lebih baik di masa mendatang.

5.2.1. Saran Akademis

1. Penelitian berikutnya dapat menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, seperti wawancara dengan tim pemasaran atau audiens, untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai pengaruh konten terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini fokus pada konten perawatan rambut, dan bisa diperluas dengan menganalisis tema lainnya, seperti perawatan kulit, untuk gambaran yang lebih komprehensif.
3. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan alat analisis media sosial yang lebih canggih untuk mengevaluasi dampak konten, seperti konversi pembelian dan tingkat interaksi audiens.

5.2.2. Saran Praktis

Secara umum bahwa temuan ini dapat digunakan oleh beberapa kalangan, diantaranya:

1. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi brand dalam merancang konten media sosial yang efektif, dengan memanfaatkan kombinasi berbagai jenis

bentuk komunikasi pemasaran atau promosi di berbagai *platform* dengan cara yang berbeda.

2. Brand lain di industri perawatan kulit, rambut, dan kecantikan bisa mengadopsi pendekatan ini untuk mendekati diri dengan audiens mereka, memberikan informasi, dan mendorong pembelian produk.
3. Bagi audiens, temuan ini memberikan wawasan tentang konten yang mendukung dan menginspirasi, yang bisa mendorong mereka untuk menjaga kesehatan rambut dan mencoba produk Ellips.

