

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada DJ Akira Store Prabumulih dan pembahasan yang telah disusun, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Selama menjalankan usahanya, DJ Akira Store hanya melakukan pemasaran dari mulut ke mulut, yang menyebabkan kurangnya jangkauan terhadap target pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi hal ini, penulis melakukan perancangan pemasaran *digital* menggunakan media sosial Instagram dan membuat akun Instagram resmi DJ Akira Store, yaitu @Akiranime.store serta merancang konten untuk diupload pada akun instagram dj akira store.
2. Proses perancangan *digital marketing* melalui media sosial Instagram terdiri dari tiga tahap utama. Tahap pertama adalah pengumpulan data informasi yang diperlukan. Tahap kedua penentuan dan perancangan konten yang akan diunggah di Instagram. Tahap ketiga adalah publikasi hasil rancangan konten tersebut melalui *platform* Instagram.
3. Dengan adanya perancangan *digital marketing* melalui media sosial Instagram, DJ Akira Store diharapkan mampu meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas pasar mereka. Kehadiran di *platform* media sosial yang populer seperti Instagram dapat membantu DJ Akira Store untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan eksposur merek mereka secara signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyarankan beberapa langkah yang dapat diambil oleh DJ Akira Store untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital mereka sebagai berikut:

1. DJ Akira Store perlu memiliki karyawan yang kompeten atau yang memahami teknologi *digital* untuk menjaga konsistensi pengelolaan dan jadwal pengunggahan konten Instagram. Hal ini penting agar akun Instagram DJ Akira Store dapat berfungsi secara optimal sebagai media pemasaran *digital*.
2. Hasil dari rancangan *digital marketing* ini berupa berbagai jenis konten Instagram, termasuk postingan produk, aksesoris anime, video, dan Instagram *story*. Jenis konten orisinal yang berisi informasi produk dan edukasi, seperti cara padu padan pakaian yang diunggah melalui *feed* Instagram, menjadi konten yang paling diminati oleh pengguna aktif media sosial DJ Akira Store.
3. Penulis berharap hasil rancangan pemasaran digital melalui Instagram pada DJ Akira Store ini dapat terus aktif dan menghasilkan lebih banyak lagi postingan konten. Dengan demikian, DJ Akira Store dapat menjangkau pasar konsumen yang lebih luas, meningkatkan minat beli konsumen, dan memperluas jangkauan merek mereka secara keseluruhan. Keberlanjutan dan konsistensi dalam mengunggah konten yang relevan dan menarik akan menjadi kunci dalam meraih kesuksesan melalui strategi pemasaran *digital* ini.