

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya mengenai Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran produk *fashion*.

1. Myjilbab.official menggunakan instagram sebagai sarana komunikasi untuk memasarkan produknya dengan menerapkan strategi komunikasi yang melibatkan Sebagian fitur yang tersedia di platform tersebut. (*Instastory*, unggahan foto dan video, *hight light*, *caption*) serta menggunakan fungsi konsep pemasaran yang dikenal dengan 4P antara lain (*product*, *price*, *plase*, *promotion*) Dalam konteks komunikasi pemasaran terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi baik secara positif maupun negatif. Faktor pendukungnya mencakup fitur-fitur Instagram yang dinamis dan perpesan penting dalam mendukung Upaya pemasaran melalui platform tersebut. Di sisi lain, factor penghambatnya adalah meningkatnya persaingan dalam bisnis online yang menunjukkan peningkatan jumlah pesaing dipasar. Dan memanfaatkan jumlah *follower* yang mencapai 51 ribu memudahkan Myjilbab.official dalam mempromosikan produk.
2. Keunggulan *Online shop* Myjilbab.official dari online shop lainnya terletak pada tersampainya pesan kepada konsumen dengan menggunakan fitur-fitur yang ada pada instagram, Myjilbab.official selalu memberikan informasi produk yang *up to date* dan bervariasi. Selain itu Myjilbab.official memberikan harga yang terjangkau sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk Myjilbab.official meskipun selisih dari *online shop* lain sedikit.

Kelemahan dari online shop Myjilbab.official terletak pada estimasi pengiriman produk yang sering dating lebih lama.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu peneliti dan pembaca memahami proyek penelitian komunikasi dan penyiaran islam serta menjadi referensi bagi civitas akademik khususnya di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan menjadi panduan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Saran praktis

a. Bagi Pemilik/*Owner* Online shop Myjilbab.official

Saran dari peneliti kepada para *Owner*, khususnya kepada admin Myjilbab.official sudah baik dalam mengelola akun instagram karena dari hasil penelitian didapat bahwa akun ninety-nine.indo sudah cukup aktif memanfaatkan instagram sebagai media pemasaran di media sosial. Sehingga saran dari peneliti untuk owner agar mempertahankan keaktifan dalam penggunaan media sosial instagram untuk menjaga kestabilan pemasaran Myjilbab.official

b. Saran bagi peneliti

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi potensi dan referensi bagi kalangan akademis atau peneliti yang tertarik untuk melakukan studi serupa dengan pendekatan yang berbeda. Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penggunaan subjek yang berbeda dari yang telah dijadikan fokus dalam penelitian ini. Sehingga bisa

menemukan perbandingan dan perbedaan terkait akun instagram sebagai media pemasaran.

Penelitian ini jauh dari kata sempurna maka dari itu peneliti berharap kepada peneliti berikutnya agar melakukan penelitian lagi dengan subjek dan objek yang berbeda. Dengan durasi penelitian yang lebih panjang menggunakan metode yang berbeda yakni kuantitatif dan mencari variabel lain yang berpengaruh terhadap pemasaran akun-akun *online* shop.