



BAB V PENUTUP



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana promosi akun Instagram @olympiqessence CV. Olympic Sari Rasa dilihat dari Teori *visual branding* Marty Neumeier. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan penelitian ini yaitu diuraikan sebagai berikut.

Deskripsi diferensiasi pada konten visual akun Instagram @olympiqessence adalah melalui logo perusahaan, bingkai yang menggunakan warna khas *brand*, dan slogan “aromanya wangi, warnanya alami”. Dengan mencantumkan diferensiasi tersebut, konten visual akun @olympiqessence dapat dibedakan dengan kompetitornya serta membuat segmentasi pasar untuk konsumen yang mencari produk dengan kualitas *premium*.

Deskripsi kolaborasi pada konten visual akun Instagram @olympiqessence adalah melalui tim *internal marketing*. Dengan adanya tim *internal marketing* ini, konten visual yang dihasilkan untuk akun Instagram @olympiqessence dapat disesuaikan untuk kebutuhan *brand* dikarenakan konsumen juga harus didengarkan pendapatnya, tidak sekadar diberikan promosi secara terus menerus yang nantinya bisa berdampak buruk dan membuat *visual branding* akun @olympiqessence menjadi tidak menarik.

Deskripsi inovasi pada konten visual akun Instagram @olympiqessence adalah melalui pembuatan visual konten pada akun Instagram @olympiqessence seperti katalog. Katalog ini bertujuan untuk membuat konsumen lebih terfokus pada produk-produk yang diunggah di akun Instagram @olympiqessence. Tujuan lainnya adalah agar konsumen dapat lebih mudah mencari produk yang diinginkan pada akun Instagram @olympiqessence. Dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mempermudah konsumen mencari dan melihat produk-produk yang disediakan pada akun Instagram @olympiqessence, konsumen bisa lebih berminat untuk membeli produk-produk yang tersedia pada *brand* OLYMPIQ.

Deskripsi validasi pada konten visual akun Instagram @olympiqessence adalah melalui survey yang dilakukan oleh akun @olympiqessence. Survey ini dilakukan untuk mendapatkan *feedback* mengenai konten visual pada akun Instagram @olympiqessence sudah cocok terhadap selera konsumen atau belum. *Feedback* yang didapat juga dapat digunakan untuk memperbaiki konten visual pada akun Instagram @olympiqessence dan konten visual akun Instagram @olympiqessence dapat terus berinovasi dan menjadi lebih baik dibandingkan kompetitor-kompetitornya.

Deskripsi manajemen pada konten visual akun Instagram @olympiqessence adalah melalui berbagai penerapan diferensiasi, kolaborasi, inovasi, dan validasi pada konten visual akun Instagram @olympiqessence. Tujuan dari penerapan tersebut adalah agar *brand* OLYMPIQ dapat menjadi *top of mind* para konsumen melalui konten visual yang dapat dilihat ketika membuka halaman Instagram @olympiqessence.

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian ini memiliki kekurangan yaitu membatasi hanya pada *visual branding* di media sosial Instagram saja. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan topik kajian media sosial dan *visual branding* dapat meneliti lebih lanjut mengenai strategi marketing yang diterapkan oleh @olympiqessence melalui reputasi perusahaan (*employer branding*) atau teks (*copywriting*).

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



2. Saran Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk CV. Olympic Sari Rasa dan usaha-usaha yang ingin terjun ke media sosial dalam membentuk strategi yang digunakan dalam pembuatan *visual branding* di Instagram. Tim internal marketing CV. Olympic Sari Rasa juga dapat terus membuat inovasi dalam pembentukan *visual branding* di Instagram. Kepada CV. Olympic Sari Rasa, penelitian ini dapat meningkatkan pembuatan *visual branding* di media sosial khususnya Instagram untuk perusahaan lain yang ingin membentuk akun Instagram *visual branding*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.