

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data, penulis menyimpulkan bahwa Manliest Barbershop berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasaran media sosial yang sesuai dan efektif melalui *platform* Instagram. Melalui pendekatan visual yang menarik dan strategi konten yang konsisten, barbershop ini mampu membangun perhatian dan minat dari audiens secara bertahap. Konten-konten seperti video *before–after*, *storytelling* ringan, serta interaksi dua arah dalam kolom komentar dan DM menjadi elemen kunci dalam membangun citra merek yang menarik dan profesional.

Manliest Barbershop tidak hanya mengandalkan visual, tetapi juga secara aktif menyajikan informasi lengkap dan mudah diakses, mulai dari harga layanan, lokasi, hingga jadwal operasional yang memudahkan pelanggan dalam mencari tahu sebelum melakukan reservasi. Strategi ini dipadukan dengan penggunaan fitur *Call to Action* seperti tombol “*Book Now*”, promosi terbatas, dan pengingat melalui Instagram Stories untuk mendorong aksi pelanggan secara langsung.

Selain menarik dan mendorong aksi, strategi komunikasi Manliest Barbershop juga berhasil menciptakan efek berantai melalui aksi berbagi (*share*) dari pelanggan. Konten yang bersifat edukatif, lucu, dan relevan membuat pelanggan terdorong membagikan pengalaman mereka melalui *story* atau *mention*, yang kemudian direpost oleh akun barbershop sebagai bentuk apresiasi. Strategi ini memperluas jangkauan brand sekaligus memperkuat bukti sosial dari pelanggan ke komunitas mereka.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan Manliest Barbershop sejalan dengan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Setiap tahapan model ini diimplementasikan secara nyata melalui konten, fitur interaktif,

dan pendekatan humanis terhadap pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa AISAS bukan sekadar teori, tetapi telah menjadi kerangka kerja praktis yang mampu memperkuat hubungan antara brand dan pelanggan dalam ekosistem digital masa kini.

## **6.2 Saran**

Setelah menganalisis dan menyimpulkan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Manliest Barbershop untuk meningkatkan minat pelanggan, maka penulis akan menawarkan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Saran bagi Manliest Barbershop**

Manliest Barbershop sebaiknya terus mempertahankan dan mengembangkan strategi konten visual yang konsisten, informatif, dan sesuai dengan tren audiens, khususnya kaum muda. Selain itu, penting untuk memperluas kolaborasi dengan micro-influencer lokal guna memperkuat bukti sosial dan memperluas jangkauan. Penggunaan fitur analitik Instagram juga perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk mengevaluasi performa konten dan menyesuaikannya dengan preferensi audiens.

### **2. Bagi Almamater (Institusi Pendidikan)**

Kiranya semakin mendorong para mahasiswa untuk mencoba hal-hal baru keluar dari zona nyaman untuk memulai menerapkan apa yang sudah dipelajari seperti strategi komunikasi pemasaran ini agar dipraktekan langsung secara pribadi dan mendapatkan hasil yang baik bagi mahasiswa itu sendiri.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke berbagai sektor industri atau membandingkan efektivitas media sosial lain seperti TikTok atau YouTube sebagai platform komunikasi pemasaran. Selain itu, pendekatan kuantitatif

melalui survei atau data statistik dapat melengkapi pendekatan kualitatif untuk menghasilkan gambaran yang lebih utuh mengenai dampak strategi pemasaran digital terhadap perilaku konsumen.