



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi *social media marketing* Madformakeup.co: studi kasus pada *Instagram* @Madformakeup.co, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui konsep dari *social media strategy wheel* yang dikembangkan oleh Breakenridge, Madformakeup.co melakukan *tracking & monitoring strategy* dengan cara melakukan segmentasi pasar dari Madformakeup.co terlebih dahulu, dengan ini Madformakeup.co dapat melakukan pemasarannya sesuai dengan *target audience*-nya, melalui proses ini, Madformakeup.co menentukan kompetitornya yang bergerak di industri kosmetik khususnya *makeup tools*, dengan ini Madformakeup.co dapat meningkatkan performanya dan mencari tahu kelemahan dari setiap *brand*. Selanjutnya adalah *distribution/channel strategy*, saluran komunikasi yang digunakan oleh Madformakeup.co adalah *website, Youtube, dan Instagram* sebagai saluran komunikasi utama Madformakeup.co untuk melakukan pemasaran. Dari sisi *communications/content optimization strategy*, Madformakeup.co mengoptimalkan saluran komunikasi yang digunakan, seperti *Youtube*

dan *Instagram* untuk membagikan konten atau program. Dalam melakukan konten, Madformakeup.co cenderung berfokus pada interaksi dan pendekatan dari pada *hard selling*, dengan ini Madformakeup.co dapat menjalin hubungan baik dengan pengikutnya dan meningkatkan *engagement*. Kemudian dari sisi *engagement strategy*, Madformakeup.co sangat *concern* dengan hal ini, karena melalui pendekatan dengan audiens, timbulnya kepercayaan antara Madformakeup dengan *followers*-nya. Madformakeup.co mengutamakan *social media* untuk *maintaining the engagement*, dengan secara rutin membalas ulasan di *social media*, melakukan *instagram story* dan *instagram live*, dan melakukan program atau konten yang sifatnya berinteraksi dan pendekatan antara *brand* dengan *audience*-nya. Dan *measurement strategy* dari Madformakeup.co ini adalah gabungan dari seluruh *strategy* yang telah dijalankan, kemudian berdasarkan *file report* akan menghasilkan program atau konten apa saja yang efektif untuk dijalankan kembali, atau yang perlu diperbaiki. Dengan ini Madformakeup.co dapat mengukur suatu keberhasilan program yang dijalankan dan dibandingkan berdasarkan tujuan dari program tersebut.

2. Selanjutnya melalui konsep *social media marketing strategy* yang dikembangkan oleh Mahoney, Madformakeup.co berfokus pada *monitoring* dan *activity plan*. *Monitoring* yang dilakukan adalah berdasarkan *insights* pada akun di *Instagram* Madformakeup.co.

Melalui *insights* tersebut, dapat mempermudah Madformakeup.co untuk mengetahui pengukuran berdasarkan *activity*, *content* dan *audience*. Sehingga, Madformakeup.co dapat mengetahui jenis program atau konten apa yang cukup berhasil dan yang kurang diminati oleh audiensnya, dengan ini kedepannya Madformakeup.co dapat membandingkan program-program sebelumnya. Selain melakukan *monitoring* dari segi *social media*, Madformakeup.co juga melakukan *analytics influencer*, yang digunakan untuk *tracking* jumlah *engagement* pada setiap *influencer* yang ada di *Instagram*. Hal ini cukup efektif bagi Madformakeup.co untuk memilih *influencer* yang menurutnya cukup berpengaruh bagi Madformakeup.co jika suatu saat akan melakukan *endorsement*. Dan untuk *activity plan* merupakan strategi untuk melakukan program secara rutin setiap bulannya oleh Madformakeup.co, yang terdiri dari tiga buah program/konten dan satu jenis *endorsement* oleh *influencer*. Program/konten yang diangkat oleh Madformakeup.co contohnya seperti *giveaway*, *collaboration*, *challenges*, *campaign*, *games*, dan lain-lain. Namun, konten tersebut tidak secara rutin dilakukan dengan hal yang sama setiap bulannya, di mana Madformakeup.co harus melakukan ide-ide baru setiap bulannya untuk mendapatkan konten yang berbeda dari *brand* lainnya. Dan juga melalui *monitoring*, dapat menghasilkan *file report* untuk Madformakeup.co agar berikutnya dapat mengetahui jenis program/konten seperti apa yang baik untuk dikembangkan kembali,

atau dilakukan kembali karena minat audiens yang tinggi terhadap suatu program/konten dari Madformakeup.co

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan penelitian ini, maka penulis dapat menyampaikan saran dari segi akademis dan praktis sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan penelitian dalam kajian ilmu komunikasi, dalam bidang *Public Relations* khususnya agar selanjutnya dapat membedakan jenis *strategy* yang terdapat pada *social media* dan *social media marketing*. Kedua hal tersebut terdengar sama, namun dari *social media strategy* hanyalah secara umum yang dibahas mengenai permukaan luar dari strategi-strategi. Dan jika untuk *social media marketing strategy*, lebih berfokus pada strategi pemasaran yang dilakukan dalam *social media*. Jika dilihat dari isi strategi tersebut, keduanya hampir memiliki kesamaan, namun dari *social media marketing strategy* terdapat perbedaan dari *social media strategy* yaitu di bagian *goals*, *target audience*, *resources*, *policies* dan *activity plan*. Melalui penelitian ini, penulis menemukan dengan adanya *social media marketing strategy* merupakan suatu upaya strategi pemasaran terpadu untuk para pelaku bisnis, yang

nantikan akan menciptakan pengalaman pada suatu *brand* kepada konsumennya.

5.2.2 Saran Praktis

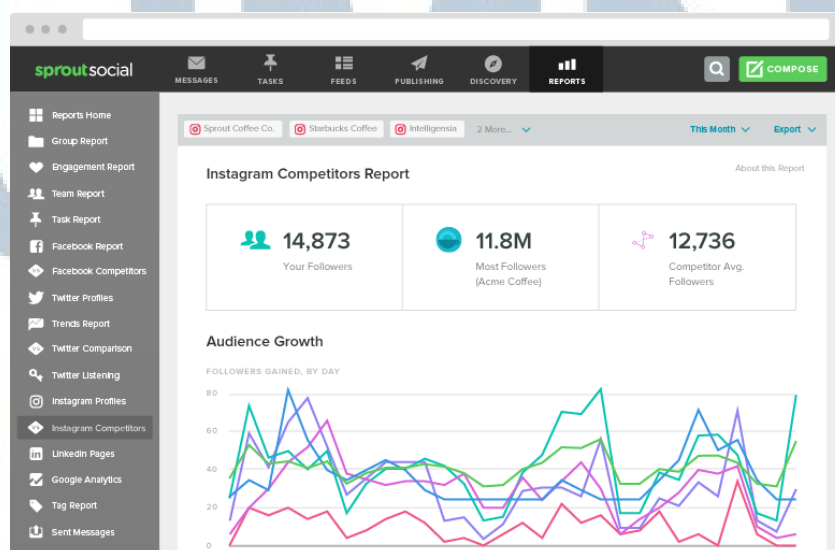
Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan kembali dalam mengembangkan *strategi social media marketing* pada Madformakeup.co. Pertama, dalam *social media choice*, Madformakeup.co memiliki akun pada *Instagram* dan *Youtube channel*. Dari hasil pengamatan, Madformakeup.co cukup unggul di *Instagram* dalam melakukan suatu program/konten, namun dari *Youtube* Madformakeup.co ini, cenderung kurang aktif dan *update*. Penulis menemukan bahwa pengguna *Youtube*, lebih menyukai konten yang berisikan *challenge*, *fun facts*, *hacks*, dan *how-to*. Sama halnya yang telah dilakukan oleh Madformakeup.co delapan dan enam bulan yang lalu di *Youtube channel*, namun perlu di ingat kembali bahwa setidaknya terdapat satu atau dua konten *video* pada *Youtube* Madformakeup.co. Dengan ini Madformakeup.co tidak hanya sekedar menjual produk, tetapi juga memberikan informasi, hiburan, dan interaksi.

Dan yang kedua adalah pada *activity plan* Madformakeup.co. Berdasarkan hasil pengamatan, penulis menemukan terdapat banyak *planning* yang dilakukan setiap bulannya pada Madformakeup.co. Jika di amati melalui akun *Instagram* Madformakeup.co, penulis melihat terdapat beberapa program/konten yang berjalan pada waktu bersamaan atau dalam

satu minggu. Menurut peneliti, hal tersebut cukup membingungkan audiensnya program/konten manakah yang harus diperhatikan terlebih dahulu, hal ini dapat memberikan dampak pada program/konten tersebut, di mana *insights* yang diukur secara spesifik setiap kontennya, akan menurun, dikarenakan terdapat beberapa program yang berjalan di waktu bersamaan, maka *insights* tersebut terbagi menjadi dua program yang sedang berjalan.

Dan ketiga Madformakeup.co seharusnya memiliki *tracking software* yang data digunakan untuk *tracking* pada *followers* di *social media*-nya, melalui *tracking software*, pengguna dapat mengetahui seberapa banyak *followers* aktif dan asli, dan juga melakukan *filter* setiap konsumennya yang menyukai dan tidak menyukai produk yang ditawarkan oleh Madformakeup.co.

Gambar 5.1 Contoh *Tracking Software*



Sumber: <https://sproutsocial.com/>

Selebihnya, Madformakeup.co sudah sangat baik dalam menjalankan *strategy social media marketing*, karena terbukti dari data *analytics competitors* dengan pesaingnya pada *brand* yang lebih besar, dan berdasarkan akun *Instagram @Madformakeup.co* juga yang dari pengukuran *profile visits, activity, content, dan audience*.

