



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Kesimpulan**

Berdasarkan data hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dekoruma menjalankan riset dengan mencari *segmenting, targeting, dan positioning* untuk mengetahui *target market* yang tepat dan jelas agar setiap konten yang dibuat dapat sesuai dengan *target market* yang telah dibuat.
2. Dekoruma menjalankan tahap perencanaan untuk menentukan *budget* yang akan digunakan untuk menjalankan kegiatan *social media marketing*. *Budget* tersebut dibuat menjadi dua bagian yaitu *online* dan *offline budgeting*. Dekoruma juga menentukan *goals* utama untuk membangun *brand awareness* melalui Instagram.
3. Dekoruma menjalankan strategi dan taktik yang akan digunakan dalam membuat konten di Instagram. Konten yang dibuat bersifat *two way communication* antara Dekoruma dan *followers* dan pihak Dekoruma selalu aktif untuk membalaskan *comment dan direct message* dari para *followers*.
4. Dekoruma menjalankan tahap evaluasi dengan menggunakan aplikasi yang dapat melihat *tracking and monitoring* setiap konten yang dibuat agar Dekoruma dapat membuat konten mereka menjadi lebih baik.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat saran akademis bagi penelitian berikutnya agar mengkaji *social media marketing* dari aspek khalayak menggunakan pendekatan etnografi virtual sehingga dapat diketahui tentang penggunaan *social media strategy* dari perspektif *followers* dari akun media sosial perusahaan. Selanjutnya disarankan agar dapat melakukan penelitian kuantitatif dengan melibatkan pengaruh konten media sosial Instagram dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan sehingga penelitian berikutnya dapat menggali secara komprehensif tentang penggunaan strategi *social media marketing* oleh perusahaan di industri *furniture*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terdapat beberapa saran praktis yang dapat diberikan kepada Dekoruma, yaitu:

1. Mengunggah konten di Instagram sesuai dengan waktu yang baik yaitu pukul 02.00 dini hari atau 17.00 sore hari agar konten yang sudah dibuat bisa dilihat lebih banyak orang.
2. Menyediakan hari khusus untuk melakukan *repost* tentang *review product* sehingga kepercayaan orang terhadap produk Dekoruma semakin tinggi.

3. Dapat mempertahankan konten-konten menarik yang dapat memberikan inspirasi bagi orang-orang dengan rumah yang mungil.