



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 Simpulan

Terdapat kesimpulan dari penelitian yakni PopStar memanfaatkan penggunaan Instagram sebagai media komunikasi utama untuk mendukung kegiatan *social media marketing* dalam membangun *customer engagement* melalui berbagai strategi media sosial yang telah dilakukan sesuai dengan konsep *Social Media Strategy Wheel* dari Deirdre K. Breakenridge.

Dari analisis penelitian dapat ditemukan bahwa strategi media sosial PopStar sudah dilaksanakan secara sistematis karena telah menjalankan strategi berdasarkan konsep *Social Media Strategy Wheel*, Breakenridge (2012). Mulai dari lapisan pertama mengenai tahapan audit dan riset yang dilakukan untuk menganalisis *brand* secara umum melalui analisis SWOT dan riset media sosial, kemudian pada lapisan kedua mengenai penentuan tujuan, profil audiensi sampai dengan anggaran walaupun PopStar sendiri belum menggunakan anggaran secara khusus yang langsung diarahkan kepada pengembangan media sosial, selanjutnya pada lapisan ketiga mengenai strategi PopStar menggunakan berbagai konten yang dibuat secara konsisten tetapi tetap menyesuaikan dengan kebutuhan audiensi dan juga tren yang ada meskipun konten yang dibuat masih terdapat yang kurang efektif untuk membangun *engagement*, yang terakhir ada pada lapisan keempat mengenai evaluasi dari strategi yang dilaksanakan, PopStar juga melakukan evaluasi pengukuran pada setiap konten dan kampanye yang dilakukan untuk melihat apakah strategi yang telah dijalankan cukup efektif dalam mencapai tujuan.

Melalui semua strategi media sosial yang telah dilaksanakan, peneliti melihat bahwa *social media marketing* yang dilakukan melalui Instagram oleh PopStar sebagai sebuah platform *influencer* dengan menyajikan berbagai konten beragam dan tetap konsisten mampu membangun interaksi dan partisipasi yang baik sesuai dengan susunan *customer engagement* dari Evan dan Jake, 2010 mulai dari tahapan *consumption, curation, creation dan collaboration*.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijabarkan mengenai hasil penelitian, terdapat saran akademis dan juga saran praktis yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berhubungan demi pengembangan yang lebih baik sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Melihat banyaknya *brand* maupun perusahaan yang mulai menggunakan media sosial sebagai pemasaran dalam membangun *customer engagement*. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis bagi calon peneliti yang tertarik terhadap topik strategi *social media marketing*, khususnya pada platform pemasaran *influencer*. Saran akademis yang dapat diberikan, dalam penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan membahas strategi komunikasi lainnya dengan fokus bukan hanya kepada *customer engagement* saja tetapi juga bisa kepada fokus lain seperti *brand image, brand loyalty* sehingga penelitian sejenis dapat lebih dikembangkan dan memiliki beragam jenis. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode

yang berbeda seperti kuantitatif sehingga dapat mengukur secara efektif apakah strategi social media marketing PopStar dapat membangun *customer engagement*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan Hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilaksanakan, PopStar telah melakukan media sosial secara sistematis sesuai dengan konsep *Social Media Strategy Wheel* dari Breakenridge. Tetapi terdapat saran yang diberikan kepada pihak PopStar untuk bisa lebih mengembangkan Instagram-nya secara optimal dengan menggunakan fitur Instagram seperti Instagram Live dan berbagai fitur lainnya untuk membagikan konten sehingga dapat membangun interaksi dan *engagement* yang lebih baik karena konten-konten yang dibuat oleh PopStar selama ini masih ada yang kurang efektif, kemudian PopStar juga bisa menggunakan Instagram Ads sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, PopStar juga dapat memaksimalkan penggunaan media sosial lain untuk mendukung strategi *social media marketing* sehingga *customer engagement* yang dibangun akan lebih maksimal karena melihat pengguna media sosial yang aktif semakin banyak dan beragam di Indonesia.