

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Proses pengumpulan data dan pembahasan sesuai dengan konsep *Social Media Campaign: The Strategic Planning Process*, membuahkan hasil bahwa strategi perencanaan media sosial yang dilakukan oleh Indomusikgram dalam akun Instagramnya yaitu @indomusikgram dapat membentuk *engagement*. Indomusikgram melakukan perencanaan media sosial dengan melakukan serangkaian kegiatan dari *Strategic Planning Process*. Sebelum pada akhirnya Indomusikgram dapat memproduksi konten yang membentuk *Engagement*, Indomusikgram terlebih dahulu melakukan analisis Situasi, menentukan *Objective*, mendeskripsikan *target audience*, memilih *Channel* media sosial, hingga pada akhirnya masuk ke dalam tahap pembuatan konten secara spesifik, dilanjutkan dengan menggunakan *promotional components*, dan melaksanakan evaluasi. Strategi yang dilakukan oleh Indomusikgram yang menunjukkan keberhasilan dalam pembentukan *engagement* antara lain adalah pemilihan tipe/jenis konten, perancangan *copywriting*, *call to action*, dan *regular content* hingga adanya komunitas Indomusikgram yang berperan secara signifikan dalam pembentukan *engagement*, dengan kekurangannya yaitu pada pembuatan *creative asset* atau *design* yang tidak terlalu diperhatikan oleh Indomusikgram.

Hasil dari dilaksanakannya perencanaan media sosial ini adalah konten yang diunggah mencapai *target* KPI yaitu *reach* hingga 500.000, Indomusikgram dikenal sebagai akun Instagram musik yang menyajikan berbagai konten musik, terbentuk aktivitas *engagement* yang diharapkan oleh Indomusikgram yaitu berupa *like, comment, share, dan save*. Melalui konten *repost* yang dilakukan, memberikan dampak bagi *creator* yang *direpost* yaitu meningkatkan *awareness* dari *creator* sebagai seseorang yang kompeten dalam bermusik atau bernyanyi hingga mendapatkan tawaran dari industri musik. Artinya, konten yang diunggah oleh Indomusikgram berhasil menjangkau banyak orang. Setiap tahapan memberikan pengaruh yang dominan untuk Indomusikgram dapat membuat konten yang dapat membentuk *engagement*. Tercapainya *engagement* dapat diukur dari terjadinya dimensi *engagement* yaitu *involvement, interaction, intimacy, dan influence* pada aktivitas media sosial yang dilakukan oleh Indomusikgram.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah saran yang diberikan terkait dengan saran akademis maupun praktis.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian dengan topik perencanaan media sosial disarankan untuk dapat dilakukan dari sisi kuantitatif agar bisa melihat pengaruh perencanaan media sosial terhadap suatu merek. Penelitian ini akan lebih baik jika dilengkapi dengan tambahan informan dari ahli media sosial atau *social media specialist* yang memiliki rekam karir yang juga berhasil dalam mengelola media sosial untuk

mendapatkan *insight* dan lebih memahami suatu perencanaan media sosial yang efektif. Adanya tambahan informan dari divisi lain seperti *editor*, *designer*, atau *business* juga akan menambah pemahaman lebih mengenai perencanaan media sosial secara spesifik pada industri musik.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran secara praktis, yaitu berupa:

1. Secara pelaksanaan, saran bagi Indomusikgram adalah untuk melakukan penentuan *objective* dengan menggunakan metode SMART agar pelaksanaan evaluasi juga dapat mengacu pada tujuan yang telah ditentukan secara spesifik.
2. Indomusikgram juga dapat mengembangkan akun Instagram @indomusikgram dari segi *design*.
3. Untuk meneruskan interaksi dengan *audience*, Admin Indomusikgram kiranya dapat lebih sering menanggapi komentar netizen. Respon dapat dilakukan dengan konsisten dan cepat untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan anggota komunitas/*followers*.
4. Mempertahankan penggunaan Instagram yang tepat dengan aktivitas dari Indomusikgram yaitu UGC (*User Generated Content*) & Video karena UGC dan video merupakan tren konten media sosial yang digemari di tahun 2021.
5. Dapat mengembangkan konten selain *pre-recorded video* tetapi juga menampilkan *livestream* video atau siaran langsung di akun Instagram @indomusikgram.
6. Menggunakan acuan pengukuran KPI yang lebih spesifik, terutama dengan berkaca pada *objective* yang ingin dicapai.

7. Meningkatkan dan mempertahankan hubungan dengan *audience* secara konsisten salah satunya dengan cara melibatkan anggota komunitas dalam setiap *campaign* yang diadakan, kemudian juga dapat menetapkan peraturan dan tujuan yang jelas bersama dengan komunitas.
8. Mempertahankan jenis *regular content* seperti IMG Genre yang dapat menimbulkan penantian dari *audience* akan konten selanjutnya. Serta mempertahankan jenis konten yang sifatnya *engaging* dan *inspiring* seperti *quizzes, competition, viral, videos, hingga community forum*.
9. Mempertahankan jenis konten yang mengandung unsur *emotional appeal* yang diimplementasikan dalam bentuk kreatif seperti unsur lucu, cinta, rasa takut, rasa bersalah yang terkandung dalam konten atau komunikasi yang dilakukan.
10. Mempertahankan *copywriting* dalam bentuk pertanyaan atau kalimat seruan yang dapat membangun rasa penasaran dari *audience* sehingga terdorong untuk membaca keseluruhan konten.