

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan dalam melihat strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *customer engagement* pada Instagram @zaloraid, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi *social media marketing* dilakukan dengan baik dan sesuai dengan konsep *Social Media Marketing Plan* oleh Solomon dan Tuten khususnya pada bagian penentuan objektif, *target audience*, dan *create experience strategy*. Terlihat dari bagaimana tim Zalora mencoba melihat tren serta perkembangan apa yang terjadi dan kemudian dilokalisasikan dan disesuaikan dengan *customer behaviour* masyarakat Indonesia. Strategi *social media marketing* di Instagram yang paling efektif menurut hasil analisis adalah adanya program *giveaway*, *trivia games* pada Instagram Story, *gimmicks*, dan penggunaan *influencers/KOL*.
2. Berbagai macam kategori produk yang dimiliki oleh Zalora Indonesia, membuat tim Public Relations dan Social Media Zalora untuk membuat *plotting* khusus per kategori mulai dari Senin – Minggu. Pengelompokkan berdasarkan hari ini dikarenakan banyaknya kategori produk yang

ditawarkan *fashion E-Commerce* ini yang menjadi salah satu *strength* perusahaan.

3. Banyaknya fitur yang terdapat di Instagram digunakan dan dimanfaatkan seluruhnya dengan baik dalam membangun relasi dan keterlibatan dengan konsumen, khususnya pada Instagram Story dan Instagram Feeds. Terlihat dari adanya konsep *Customer Engagement* yang terbentuk yaitu koneksi, interaktivitas, advokasi, retensi, dan juga keterlibatan pengikut akun @zaloraid.
4. Proses analisa SWOT yang terbilang jarang diaplikasikan dalam menyusun strategi *social media marketing* baru dan juga analisa kompetitor pun jarang dilakukan dikarenakan tim yang menganggap bahwa tidak adanya kompetitor yang *head to head*. Kemudian pada bagian *Measure* pada Z-Crew yang melakukan kerjasama dengan Zalora tidak di evaluasi kinerja dan performa *influencers/KOL* secara rutin dan terukur.
5. Meningkatnya angka *followers* di akun Instagram Zalora Indonesia, terbentuk sentimen positif yang juga mendukung publisitas positif Zalora, mempererat hubungan yang baik antar konsumen maupun *influencers*, serta terjadinya kenaikan angka penjualan dari hasil distribusi konten promosi penawaran tertentu dan *voucher code*. Aktivitas media sosial menarik yang dilakukan pada akun Instagram seperti *giveaway* dan *tirivia games* selain menciptakan *customer engagement* juga memicu terciptanya loyalitas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi penelitian selanjutnya yang memiliki ketertarikan topik terhadap strategi *social media marketing*. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti objek yang berbeda agar dapat mengetahui hubungan antara variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat berperan pada objek penelitian lain di industri *E-Commerce*. Penelitian berikutnya juga disarankan agar menggunakan metode kuantitatif agar dapat mengukur pengaruh *social media marketing* terhadap *customer engagement* yang dijalankan perusahaan dari industri sejenis dari sudut pandang audiens.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan, saran yang peneliti dapat berikan kepada pihak Zalora Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Melakukan analisis dan riset lebih mendalam terutama pada analisa SWOT, hal ini bertujuan agar strategi *social media marketing* yang dilakukan lebih efektif dan bukan hanya berdasarkan evaluasi dari kampanye yang pernah dilakukan sebelumnya.
2. Mengidentifikasi kompetitor sejenis dalam tahapan riset agar memiliki *insights* dalam menyusun strategi konten pemasaran media sosial agar publikasi yang dilakukan semakin beragam dan menarik untuk audiens.

3. Melakukan evaluasi dan pengukuran terhadap performa *influencers* dan KOL yang bekerjasama dengan perusahaan secara rutin agar menjadi alat ukur keberhasilan dan efektivitas penggunaan *influencers* maupun KOL.
4. Memperdalam pemanfaatan *social media listening* dan menggunakan pendekatan etnografi dalam mengetahui perkembangan apa saja yang sedang menjadi perbincangan di masyarakat serta melihat dan menyesuaikan kultur masyarakat Indonesia yang menjadi sasaran perusahaan.