

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam melihat strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *customer engagement* pada Instagram @garuda.cargo, dapat disimpulkan menjadi:

1. Strategi *social media marketing* dilakukan dengan baik dan sesuai dengan konsep *Social Media Marketing Plan* dari Solomon dan Tuten. Strategi *social media marketing* di Instagram yang paling efektif menurut hasil analisis adalah adanya *games, fun fact, promotion, competition*.
2. Memanfaatkan dan menggunakan semua fitur Instagram untuk membangun hubungan dengan konsumen dan keterlibatan konsumen. Contohnya mengikuti *trend* yang sedang ada di masyarakat dengan menggunakan fitur baru dari Instagram yaitu *reels*.
3. Tidak memiliki *budget* khusus untuk *social media marketing*. *Budget*-nya bersifat organik dan dalam penggunaan lebih sering pada *social media activation*.
4. Kurangnya varietas konten, jadi terkesan monoton.
5. Kurangnya intensitas konten seperti kuis atau *gimmick* untuk interaksi dengan *follower*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

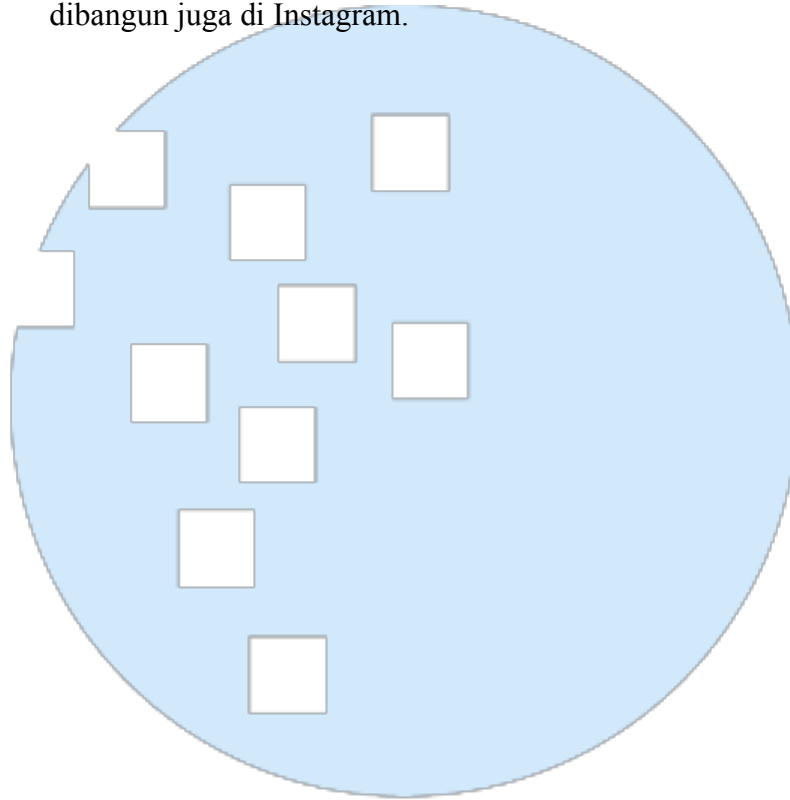
Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan topik terhadap strategi *social media marketing*. Penelitian selanjutnya dapat meneliti objek yang berbeda agar dapat mengetahui hubungan antara variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat berperan pada objek penelitian lain.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan, saran yang peneliti dapat berikan kepada pihak Garuda Indonesia cargo adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan dalam mendapatkan data terkait *insight* dari Instagram atau lainnya yang dapat membantu peneliti dalam melengkapi data yang dibutuhkan sebagai bukti.
2. Meningkatkan konten seperti kuis atau *gimmick* karena korelasinya dengan *customer engagement* jadi sifatnya kebanyakan masih 1 arah secara konten, sebaiknya yang perlu ditingkatkan oleh Garuda Indonesia cargo yaitu harus ada *engagement* khusus yang sifatnya lebih interaktif bisa dengan kuis, *gimmick* pertanyaan, dan lain-lain.
3. Menambah varietas konten agar tidak monoton, seperti memberikan tips- tips yang berhubungan dengan cargo.
4. Untuk membangun *engagement* orang harus tahu internal dari Garuda Indonesia cargo, internal itu dalam artian cara kerja karyawan mereka, jadi menurut saya konten-konten yang dibangun sebaiknya juga ditambahkan bagaimana aktivitas pelayanan atau aktivitas pekerjaan dari karyawan

mereka, misalnya disiplin, rapih, sistematis, itu harus dibangun juga di Instagram.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA