

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dalam melihat strategi *content marketing* Tiktok Gramedia dalam meningkatkan *customer engagement*, dapat disimpulkan :

1. Gramedia sudah menggunakan keenam strategi tahapan dalam pembuatan *content marketing* menurut teori Kotler et al dalam meningkatkan *customer engagement*. Berdasarkan keenam tahapan tersebut, tahapan yang paling dikerjakan semaksimal mungkin adalah penggagasan dan perencanaan konten yang dapat langsung mendatangkan *feedback* dari *customer* di Tiktok. *Content marketing* yang paling banyak diminati oleh audiens Gramedia, merupakan *content* yang sesuai dengan pengalaman yang dialami selama mengenal Gramedia.
2. Gramedia sudah melakukan beberapa cara penting dalam melakukan promosi di Tiktok. Namun, terdapat dua fitur yang tidak digunakan oleh Gramedia secara maksimal, yaitu fitur *stitch* dan Tiktok ads. Hal ini dikarenakan Gramedia berfokus pada pembuatan konten secara langsung. Disamping itu, Tiktok ads merupakan fitur yang baru, sehingga Gramedia merasa masih perlu lebih *explore* lebih dalam.
3. Segala hal yang dilakukan oleh Gramedia dalam pembuatan *content marketing* dan menjalankan cara berpromosi yang efektif di Tiktok, menunjukkan *output* yang sesuai dengan penetapan *goals* di awal, yaitu meningkatkan *engagement*. Hal ini nampak dari hasil wawancara dengan para informan dari Gramedia yang menyatakan bahwa objektif yang ditetapkan pada awal terbentuknya akun Tiktok

Gramedia sudah tercapai. Di samping itu, peningkatan *engagement* nampak pada data perkembangan akun Tiktok.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi referensi pada penelitian selanjutnya sesuai dengan topik terkait, yaitu strategi *content marketing*. Diharapkan, peneliti selanjutnya dapat meneliti objek yang berbeda untuk mengetahui hubungan antara variabel yang dipakai pada penelitian ini pada objek penelitian lain di bidang *retail*. Disamping itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif agar dapat melihat secara signifikan seberapa besar pengaruh strategi *content marketing* yang diterapkan terhadap *customer engagement* yang dihasilkan.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, saran yang dapat diberikan kepada Gramedia adalah sebagai berikut :

1. Melakukan analisis lebih mendalam pada *brand competitor* karena sudah mulai banyak perusahaan yang melakukan promosi pada platform Tiktok sehingga memiliki *insight* yang lebih banyak.
2. Melakukan inovasi baru pada *content marketing* yang diunggah di akun Tiktok Gramedia seperti bentuk *content marketing* kupas buku yang berkolaborasi dengan penulis dan diunggah pada akun Tiktok Gramedia.