

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian Strategi Social Media Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Instagram @shipper.id, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Shipper Indonesia sebagai pemilik akun Instagram @shipper.id memiliki objektif yang utama yaitu untuk membangun *brand awareness* dalam setiap *Strategi Social Media Marketing* yang dijalankan. Shipper memilih *social media* Instagram sebagai platform *social media* yang utama dalam membangun *brand awareness*. Dengan melakukan sebuah proses awal perencanaan yaitu riset dengan mengacu kepada *marketplace trend*, membuat *editorial plan* dengan tiga pilar konten yaitu *educational*, MEME dan *service*. Selanjutnya memanfaatkan berbagai fitur yang dimiliki *social media* Instagram seperti Live, *Feeds*, Instagram Story, *Reels* dan IG TV, pemanfaatan *tools* tersebut adalah untuk *reach target audience*. Tidak hanya itu, pada akun Instagram @shipper.id juga membuat konten interaktif yang bertujuan agar memiliki kedekatan dengan para *audience* serta menghidupkan suasana konten yang sudah dipublikasikan dengan membalas komentar menggunakan bahasa yang informal dan menghibur. Selain itu, berkolaborasi dengan *Key Opinion Leader* agar dapat membangun *awareness* lebih luas. Selanjutnya, membuat konten hiburan dan *giveaway* yang dapat dikatakan sebagai *content marketing*. Membuat event sebagai salah satu strategi *social media marketing* dengan pembicara yang menarik dan berpengalaman dibidangnya untuk menjawab kebutuhan *target audience*. Sejauh ini strategi *social media marketing* yang telah dijalankan oleh Shipper sudah efektif dilakukan untuk membangun suatu *brand awareness* karena berdasarkan data internal yang telah diperoleh rutin yang telah dijalankan oleh shipper paling tidak mendapatkan 100 lebih register dari hasil promosi di Instagram, pada tahun 2022 mengalami peningkatan jumlah pengikut instagram menjadi 275.000 pengikut.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian kali ini diharapkan dapat menjadi sumber *literature* atau referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yang memiliki fokus kepada *social media marketing* terutama pada *platform social media* Instagram. Untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya diharapkan mengkaji lebih dalam kearah penelitian kuantitatif agar dapat mengukur tingkat keberhasilan strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Shipper secara terukur dan lebih objektif. Selain itu penelitian selanjutnya dapat juga melihat dari sudut pandang *social media* lain dikarenakan strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Shipper tidak hanya dilakukan pada *platform* Instagram.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian Strategi Social Media Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness pasda Instagram @shipper.id, terdapat saran praktis yang dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan Shipper, yaitu:

1. Melakukan analisis dan riset yang lebih mendalam, seperti melihat terlebih dahulu analisis SWOT dan menggunakan konsep AIDA hal ini bertujuan agar strategi *social media marketing* yang dijalankan oleh Shipper lebih efektif dan relevan dan bukan hanya berdasarkan *testing* berkala.
2. Melakukan evaluasi atas peforma yang telah dilakukan oleh *Key Opinion Leader* yang berkolaborasi dengan perusahaan secara berkala. Agar dapat menjadi suatu alat ukur keberhasilan dalam pemanfaatan strategi menggunakan *influencer*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A