

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial Instagram memberikan peran membantu bagi Rosyposy Florist dalam berkomunikasi dengan pelanggan, menyampaikan pesan terkait produknya, hingga *customer engagement* diantaranya. Dalam melakukan pemasaran melalui media sosial, perusahaan mampu untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan menjalin hubungan dekat secara emosional dengan *audience*. Fasilitas yang diberikan oleh media sosial sangat mencukupi karena kemudahan akses yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Hal ini menjadi penting bagi Rosyposy Florist untuk mengelola strategi pemasaran konten menggunakan SMM hingga objektif yang ditentukan dapat tercapai secara maksimal. Berdasarkan hasil kelola penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

Penerapan strategi SMM yang telah dilakukan sesuai dengan konsep SMM Plan dari Solomon & Tuten terutama pada *objectives*, *select social media vehicles*, dan *create an experience strategy*. Ternilai dari cara tim sosial media Rosypopsy Florist menyesuaikan tren dan juga kebutuhan *audience* mereka yang disesuaikan dengan consumer behaviour mereka. Berdasarkan hasil, strategi social media marketing di Instagram yang dianggap paling efektif merupakan penyebaran konten *catalog* yang sesuai dengan kebutuhan *audience* nya, *giveaway* yang memiliki jumlah interaksi tertinggi, *education* yang memiliki karakteristik tersendiri, serta *gimmicks* yang memiliki *feedback* menyenangkan dari *audience*.

Berbagai macam fitur dan *tools* dari media sosial Instagram dapat dimanfaatkan terutama Instagram *insights* untuk melakukan *situation analysis* dan *manage and measure*. Dalam melakukan publikasi, fitur Instagram Feeds dan Instagram *story* memiliki peran besar dalam membentuk koneksi dan interaktivitas perusahaan kepada konsumen secara digital. Dilakukannya strategi SMM berhasil dalam membangun *customer engagement* hingga sales yang diharapkan dalam bisnis Rosyposy Florist.

Dalam pembangunan *customer engagement* terlihat dari empat tahapan yaitu *consumption*, *curation*, *creation* dan *collaboration*. Penerapan strategi SMM Rosyposy Florist telah membangun keterikatan pelanggan di setiap tahapannya. Rosyposy Florist telah menyebarkan konten secara variatif dan interaktif dalam media sosial Instagramnya sehingga terjadi proses membaca, melihat, dan mendengar (*consumption*), lalu adanya interaksi dari *audience* seperti memberikan komentar dan juga testimonial (*curation*), adanya konsumen yang memberikan testimoni dan rekomendasi dalam akun media sosialnya (*creation*), dan kolaborasi kerja sama antara *brand* lain dengan Rosyposy Florist untuk memikat perhatian dan juga interaksi lebih dari *audience* terhadap Rosyposy Florist.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai referensi penelitian selanjutnya dalam ketertarikan topik pada strategi SMM dalam meningkatkan *customer engagement* pada bisnis yang bergerak di industri *florist*. Penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan dapat mengukur pengaruh SMM terhadap *customer engagement* yang diterapkan suatu perusahaan dari sudut pandang masyarakat. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan *customer engagement* selain SMM, serta meneliti strategi SMM dalam meningkatkan *customer engagement* pada industri yang berbeda.

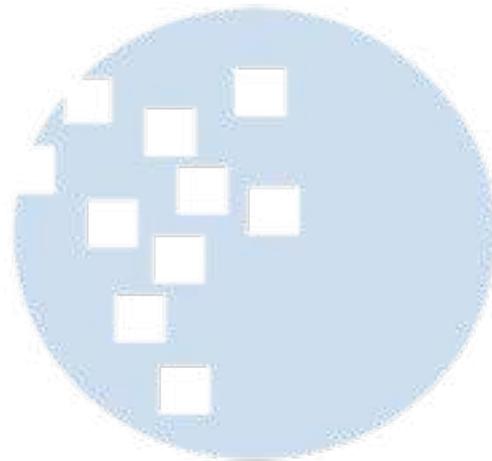
### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, saran peneliti yang dapat diberikan kepada Rosyposy Florist merupakan:

- 1) Memanfaatkan tahapan analisis secara lebih maksimal dan juga riset lebih dalam dalam penentuan *strength*, *weakness*, *opportunity*, *threat* untuk meningkatkan efektivitas penerapan SMM. Hal ini dapat membantu Rosyposy Florist sehingga penerapan strategi memiliki

acuan lain selain evaluasi dari program yang pernah diterapkan sebelumnya saja;

- 2) Rosyposy Florist melakukan aktivasi media sosial selain Instagram dengan tujuan memperluas khalayaknya;
- 3) Serta memaksimalkan pembuatan konten diluar *catalogs* untuk meningkatkan *customer engagement* Instagram @rosyposy.florist.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA