

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kronikel merupakan brand footwear lokal yang hadir pada tahun 2018 dan selama saat ini, di tahun 2022, Kronikel belum memiliki toko offline. Untuk penjualan produknya, Kronikel menggunakan Instagram *shop*, *official website*, dan *marketplace online* yaitu, Shopee. Sebagai brand yang belum memiliki *offline store*, Kronikel menggunakan *social media marketing* untuk melakukan komunikasi pemasaran, dengan cara membangun hubungan dengan *customer* melalui Instagram.

Kronikel telah melakukan tujuh tahapan dari strategi *social media marketing* yang dikemukakan oleh Tuten & Solomon dengan tujuan untuk membangun hubungan dengan *customer* pada Kronikel dan tujuh *customer engagement cycle* oleh Sashi. Dalam penelitian ini hanya membahas strategi *social media marketing* Kronikel pada akun Instagram @kronikel.project.

Kronikel menggunakan fitur-fitur *story* yang disediakan oleh Instagram secara rutin untuk membangun hubungan dan berinteraksi dengan audiens. Pada konten *story* Instagram, Kronikel menciptakan konten organik yang sifatnya lebih personal dan berisikan beberapa topik seperti, *campaign*, konten keseharian, konten *emotional*, *giveaway*, dan informasi mengenai produk. Kronikel juga memanfaatkan Instagram *story* menjadi wadah untuk berinteraksi bersama audiens dengan menanyakan hari-hari audiens. Hal ini, mendapatkan respon yang positif dari para audiens Instagram Kronikel. Keberhasilan yang didapat Kronikel dalam membangun hubungan dan berinteraksi dengan *customers* dan *followers* Kronikel membuahkan hasil yang positif dalam *customer engagement*. Hal, ini dibuktikan dengan banyaknya interaksi yang didapat oleh Kronikel pada konten *story* dan banyaknya *customer* Kronikel yang memposting foto dan video mereka saat mengenakan Kronikel pada fitur *tagged* untuk mempromosikan produk Kronikel dengan sukarela. Dari keberhasilan dalam meningkatkan *customer engagement*, Kronikel mendapatkan keberhasilan lainnya dalam *engagement rate* yang berupa

peningkatan jumlah *followers* dan respon baik melalui *direct message*. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa dari strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Kronikel dikatakan berhasil dalam mencapai tujuannya, yaitu *customer engagement*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi *social media marketing* oleh Kronikel dalam meningkatkan *customer engagement*, terdapat saran akademik yang diberikan untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

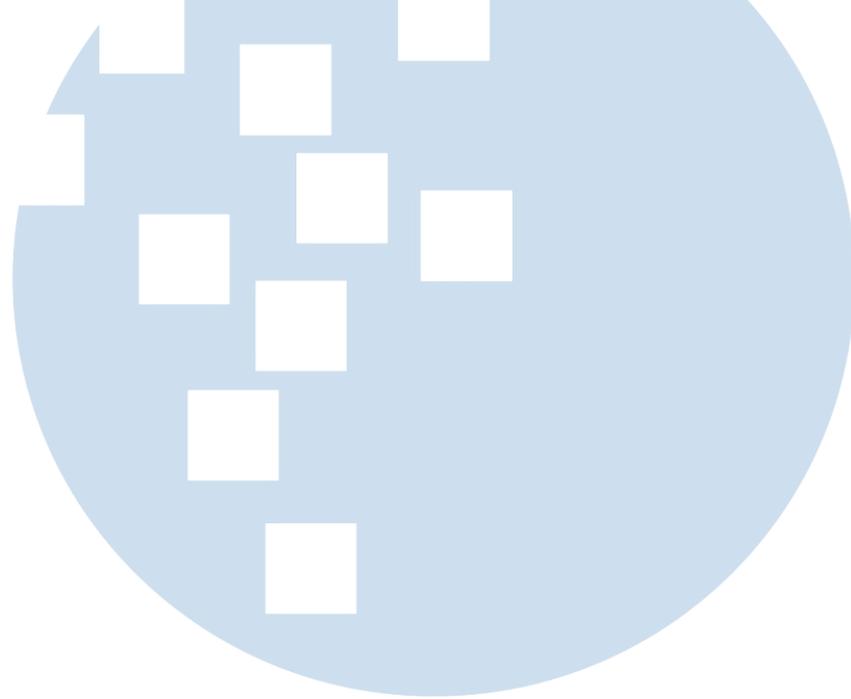
1. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji topik yang membahas mengenai *social media marketing* dalam membangun *brand equity*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui kepuasan *customer* terhadap strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Kronikel.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Strategi *social media marketing* yang telah dilakukan oleh Kronikel sudah tepat dan sesuai dengan tahapan strategi *social media marketing* yang diutarakan oleh Tuten dan Solomon. Namun, ada beberapa saran dari penulis untuk Kronikel:

1. Kronikel belum berhasil dalam meyakinkan masyarakat kelas menengah ke atas, disarankan agar Kronikel dapat melakukan kolaborasi dengan brand atau *influencer* besar Indonesia yang memiliki banyak penggemar di Indonesia.
2. Untuk mendapatkan kepercayaan dan perhatian dari masyarakat Indonesia keturunan Tionghoa, disarankan agar Kronikel dapat melakukan *endorsement* kepada para *influencer* yang lebih populer dengan audiens Tionghoa.
3. Untuk menghindari adanya salah paham pada saat proses pembuatan konten, tim Kronikel dapat menggunakan aplikasi Google *Slide* sebagai wadah untuk komunikasi dan mengoreksi brief konten.

4. Kronikel memiliki jumlah penonton yang banyak pada konten original. Untuk mempertahankan dan menambah *viewers*, disarankan agar Kronikel dapat menciptakan konten baru seperti merekomendasikan tempat-tempat menarik, sehingga *followers* tidak bosan.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA