

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap “Strategi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Minat Beli Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Pada Brand Fashion Guten.inc)” disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan Guten Inc Group sesuai dengan konsep perencanaan strategi social media marketing milik Gunelius, Susan (2011).

Dalam penelitian ini, kegunaan media sosial bagi Guten inc sangat penting untuk meningkatkan visibilitas bisnis, menganalisis kompetitor, mempercepat komunikasi dan membangun jaringan yang luas. Selain itu dengan adanya media sosial dapat menciptakan brand awareness masyarakat kepada suatu brand. Sehingga dalam pembuatan konten di media sosial butuh tanggung jawab yang lebih agar mencapai keinginan tersebut hingga terciptanya brand awareness agar memancing impresi dari para audience. Selain itu, target audience yang dipilih oleh Guten Inc merupakan hasil survey dari berinteraksi dengan followers di story sehingga tau siapa saja yang menjadi audience setia.

Setelah mengetahui target audience tersebut, Guten Inc melakukan riset dahulu tentang konsep desain dan trend yang tepat untuk para audiencenya. Sehingga hasil konten tersebut dapat banyak memberikan insight yang bagus ataupun impression yang tinggi dari followers. Bagi Guten Inc kualitas lebih penting dari pada kuantitas. Karena berinvestasi dalam hal kualitas diatas akan mampu memunculkan omset yang lebih besar lagi seiring berjalannya waktu.

Instagram merupakan platform yang tepat untuk dijadikan wadah promosi dibandingkan media sosial lainnya. Karena banyaknya fitur yang dimiliki oleh instagram tentu kita harus memanfaatkan dengan sebaik – baiknya dan juga target pasar yang diinginkan oleh Guten Inc lebih banyak di Instagram. Tidak hanya itu,

Instagram dianggap tidak akan pernah mati atau ketinggal zaman karena selalu ada fitur baru dan jarang seseorang yang tidak punya Instagram pada saat ini.

Pada penelitian ini, Guten Inc melakukan sebuah kampanye yang dapat meningkatkan suatu brand awareness pada suatu produk atau mengumpulkan feedback dari konsumen. Efek yang diterima oleh Guten Inc setelah melakukan kampanye tersebut adalah meningkatnya target penjualan dari sebelumnya mulai dari 5% sampai 10%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penulis berharap peneliti (kualitatif) selanjutnya dapat melanjutkan tentang strategi social media marketing, karena mungkin di masa depan nanti strategi yang digunakan tersebut akan berbeda dan berkembang seiring banyaknya tren yang ada nantinya. Serta penulis berharap agar munculnya brand-brand lokal baru yang dapat diteliti di masa yang akan datang.

5.2.2 Saran Praktis

Penulis memiliki beberapa saran praktis untuk Guten Inc Group, yakni:

- Di harapkan Guten Inc tetap konsisten dalam mengelola social media Instagram nya agar bisa meningkatkan minat beli para audience yang sudah lama mengikuti mereka.
- Diharapkan agar Guten Inc dapat melakukan kolaborasi lagi dengan brand luar lainnya, supaya dengan terjalannya kolaborasi tersebut Guten Inc dapat di kenal oleh masyarakat luar sana dan menjadi brand hits di dalam negeri.