

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Menurut realita di lapangan, *engagement rate* Instagram @ptparadiseperkasa masih rendah. Hal ini terlihat dari jumlah interaksinya yang tidak sesuai jumlah pengikut. *Likes* yang wajar untuk 1000 pengikut Instagram adalah 10 hingga 30 *likes* per *post*. Jika dihitung maka seharusnya untuk pengikut sekitar 5000, @ptparadiseperkasa minimal mendapatkan 150 *likes* setiap *post*, tetapi kenyataannya hanya kurang lebih 10 *likes*. Jumlah komentar setiap *post* juga sedikit bahkan banyak *post* yang tidak ada komentar sama sekali.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi *branding* PT Paradise Perkasa melalui media sosial Instagram bertujuan untuk meningkatkan *awareness* yang mengarah ke penjualan. Target pasar PT Paradise Perkasa merujuk pada pria berusia 30 tahun keatas dengan jabatan *procurement* atau *top management* yang mengutamakan kualitas yang baik dengan geografis daerah-daerah yang kaya akan migas. Pemilihan Instagram untuk pemasaran konten dilakukan karena fitur Instagram yang lengkap dan *user interface* yang lebih rapi dan profesional. Perancangan konten dilakukan dengan menyertakan logo dan kontak perusahaan di setiap konten serta PT Paradise Perkasa lebih sering merancang konten berbentuk foto daripada video *reels*. Pembuatan konten juga dilakukan secara internal tanpa biaya. PT Paradise Perkasa menggunakan Instagram sebagai sarana utama untuk mengunggah konten. Paradise Perkasa belum pernah menggunakan *influencer* dan *buzzer*, mereka ingin bekerja sama dengan publik figur seperti Raffi Ahmad, pejabat/profesional di bidang migas. Evaluasi konten dilakukan dan ditemukan bahwa *engagement* Instagram PT Paradise Perkasa masih rendah sehingga konten belum sukses menarik target audiens. PT Paradise Perkasa berencana untuk memperbanyak konten *reels* untuk meningkatkan *engagement*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Melalui hasil penelitian ini terdapat beberapa saran akademis yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya bagi pengembangan *content marketing* dengan aspek pesan bentuk seperti apa yang ingin disampaikan dan digambarkan dalam konten sehingga dapat relevan dan dilihat dari sisi perspektif *follower* Instagram @ptparadiseperkasa. Lalu untuk penelitian selanjutnya sangat disarankan menggunakan metode kuantitatif.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Tujuan dan penentuan jenis konten dalam perancangan konten diharapkan dapat lebih kreatif seperti membuat *reels* serta menggunakan *hashtag* yang potensial menarik target audiens.
2. Perbaikan konten Instagram PT Paradise Perkasa diharapkan dapat terus selaras dengan tren yang ada dan sesuai dengan *target market* yang diincar sehingga bisa pas dengan minat audiens.
3. PT Paradise Perkasa dapat bekerja sama dengan pelanggan yaitu bagian *procurement* atau *top management* perusahaan untuk membuat konten berupa ulasan atau diskusi mengenai perpipaian dan produk PT Paradise Perkasa lainnya.
4. PT Paradise Perkasa diharapkan meng-*endorse* publik figur yang tepat untuk membuat konten promosi di Instagram.
5. PT Paradise Perkasa diharapkan menggunakan iklan berbayar untuk meningkatkan *traffic* Instagram mereka.