

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Filmore sebagai merek kesehatan, kesejahteraan, dan kebersihan kewanitaan telah menerapkan strategi pengelolaan media sosial dan strategi komunikasi dengan baik dalam mengedukasikan masyarakat tentang kesehatan perempuan. Filmore sebagai merek yang bergerak sebagai *social movement* memiliki visi untuk memberdayakan perempuan dan membuat kesehatan perempuan lebih mudah untuk diakses oleh siapapun. Filmore telah melaksanakan visi tersebut melalui kampanye media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan melalui wawancara bersama Rantique selaku Brand Manager dan Prames selaku Content Writer & Marketing Planner Filmore, dapat disimpulkan bahwa Filmore telah menerapkan enam langkah terstruktur dalam merencanakan kampanye media sosial dari Chaffey & Chadwick (2019) dan telah menerapkan tujuh tahap strategis untuk merancang pemasaran media sosial dan sembilan dari sepuluh strategis taktik pemasaran media sosial oleh Tuten & Solomon (2018).

Filmore juga terbukti telah menerapkan tiga dari lima konsep metadata Instagram dan mengimplementasikan sembilan dari sepuluh konsep dalam membuat sebuah profil Instagram oleh Miles (2019). Konten edukasi yang diunggah oleh Filmore pada media sosial Instagram yang direncanakan melalui strategi kampanye media sosial berdampak positif pada perilaku konsumen. Berdasarkan Tuten & Solomon (2018), Filmore telah berhasil melaksanakan strategi kampanye media sosial dan mendapatkan lima keuntungan yaitu melalui konten edukasi yang diunggah di kedua akun Instagram yaitu @filmorepharma dan @filmore.uncensored, kampanye berhasil meningkatkan kesadaran merek Filmore, mempengaruhi keinginan konsumen, mendorong konsumen untuk melakukan uji coba pada produk, produk mudah dijangkau baik *online* maupun *offline*, serta menciptakan loyalitas.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang juga memiliki ketertarikan dalam membahas tentang industri kesehatan, kesejahteraan, dan kebersihan kewanitaan. Namun, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang juga tertarik dalam industri ini untuk mengambil pendekatan yang berbeda yaitu dengan melakukan analisis terhadap hubungan antara kondisi kesehatan mental perempuan dan kebersihan kewanitaan.

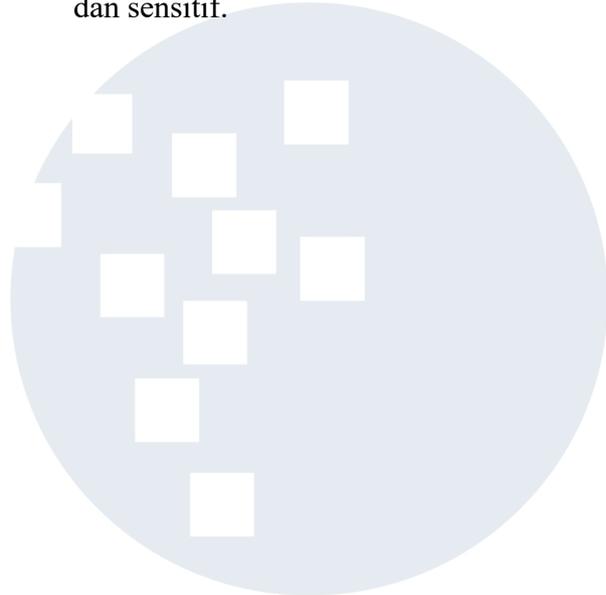
Selain itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk meletakkan fokus penelitiannya pada *platform* media sosial lainnya seperti TikTok untuk menemukan perbedaan strategi dan implementasi yang dilakukan oleh merek atau organisasi.

### 5.2.2 Saran Praktis

Adapun saran praktis bagi merek Filmore maupun bagi merek atau organisasi lainnya yang berada dalam industri kesehatan dan kebersihan kewanitaan, dan ingin membangun *platformnya* di media sosial Instagram:

1. Disarankan agar Filmore dapat membuat *event offline* untuk meningkatkan kesadaran merek dan produk *menstrual cup* dengan tujuan untuk mendorong pencapaian target merek dan kampanye media sosial secara jangka panjang.
2. Disarankan agar Filmore dapat memaksimalkan fitur-fitur dan metadata Instagram lainnya yang belum digunakan secara konsisten seperti lokasi dan *tagging* dalam konten edukasi pada kampanye media sosial di Instagram.
3. Disarankan agar Filmore dapat menerapkan strategi pengelolaan dan komunikasi dengan baik pada *platform*

media sosial lainnya seperti TikTok. Diharapkan agar merek lain juga ikut serta dalam berkontribusi untuk industri kesehatan dan kebersihan kewanitaan dengan membangun *platform* untuk mengedukasi masyarakat tentang isu atau masalah kesehatan perempuan yang masih tergolong tabu dan sensitif.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA