

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian ini, mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan tiga subjek penelitian yang memiliki wewenang serta berhubungan langsung dengan aktivitas pengelolaan konten di media sosial NDC Youth. Setelah itu, melakukan analisis data dengan mencocokkan hasil wawancara yang diperoleh dengan konsep yang digunakan di dalam penelitian. Melalui penelitian ini bertujuan untuk memahami implementasi strategi *social media marketing* yang diterapkan oleh NDC Youth dalam meningkatkan *brand awareness* keberadaan NDC Youth dan *brand engagement* dalam meningkatkan keterlibatan antara jemaat dengan NDC Youth.

Sebagai komunitas gereja yang mempunyai tujuan untuk dapat lebih dikenal secara lebih luas, NDC Youth menggunakan *platform* Instagram sebagai media utama untuk membagikan berbagai konten dalam bentuk *feeds* dan *reels*, serta memanfaatkan beberapa fitur Instagram dengan baik seperti, *schedule post* dan *add collaboration* sehingga memudahkan dalam mengunggah konten pada waktu yang telah ditentukan, serta dapat meningkatkan *exposure* (jangkauan) *followers* di Instagram NDC Youth. NDC Youth juga menaruh perhatian supaya dapat mengunggah konten secara konsisten di setiap minggunya, serta menentukan waktu khusus dalam mengunggah konten supaya dapat menjangkau anak-anak muda yang sudah pulang sekolah dan kembali aktif di media sosial.

Dalam merancang sebuah konten pun, dengan menerapkan prinsip ATM (amati, tiru, modifikasi) supaya dapat melihat *trend-trend* yang sedang viral sekarang ini, serta menyesuaikan kembali dari segi kontennya sehingga bisa dijadikan sebagai ciri khas dari NDC Youth yang ingin ditonjolkan ke publik. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengirimkan referensi ide-ide konten melalui grup khusus yang ada di Instagram, selanjutnya jika sudah menemukan konten yang menarik untuk dipublikasikan ke Instagram NDC Youth nantinya akan dibahas

lebih lanjut melalui Whastapp Grup ataupun saat bertemu secara langsung. Setelahnya, akan menentukan waktu untuk membuat sebuah konten, *talent* yang akan diajak untuk ikut dalam membuat konten, *shooting* dan *angle* dalam pengambilan konten akan seperti apa, serta properti yang dibutuhkan.

Dalam meningkatkan *engagement* pun membalas berbagai komentar dan *direct message* yang masuk ke Instagram NDC Youth secara cepat sehingga para jemaat ataupun anak-anak muda tidak ketinggalan informasi mengenai acara ataupun kegiatan yang diadakan oleh NDC Youth. Selain itu, membagikan pengalaman pribadi saat beribadah ataupun telah menjadi jemaat tetap di NDC Youth melalui *circle talk* atau *hype talk* yang dapat meningkatkan pengalaman interaktif dengan para jemaat ataupun anak-anak muda.

Selain itu pun, menentukan waktu untuk setiap minggunya melakukan evaluasi pengelolaan media sosial di Instagram NDC Youth. Dengan melihat *insights* yang ada di Instagram supaya dapat mengetahui seberapa banyak *share post*, *account reach*, *account engage*, *like*, komentar, serta *save post*. Hal tersebut bertujuan agar dapat mengetahui respon atau timbal balik yang didapatkan melalui berbagai konten yang telah dipublikasikan melalui Instagram NDC Youth, sehingga melalui *insights* tersebut dapat mengukur keberhasilan dan keefektifan dari strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *brand awareness* dan *brand engagement*. Tidak hanya sebatas melihat *insights* yang ada di Instagram saja, akan tetapi juga mengadakan evaluasi setiap satu bulan sekali untuk membahas mengenai apa yang ingin dicapai untuk kedepannya, ingin membuat konten seperti apa, serta kendala yang dialami selama membuat sebuah konten.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi *social media marketing* dari komunitas gereja NDC Youth dalam meningkatkan *brand awareness* dan *brand engagement* terdapat saran akademis yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dari segi *platform* media sosial NDC Youth yang

lainnya, seperti melalui Youtube ataupun Tiktok agar dapat mengetahui penerapan strategi *social media marketing* yang disusun supaya dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan jemaat NDC Youth.

5.2.2 Saran Praktis

Strategi *social media marketing* yang telah dijalankan oleh NDC Youth sudah sesuai dengan tahapan strategi *social media marketing*, tingkatan *brand awareness*, dan strategi meningkatkan *brand engagement*. Akan tetapi, terdapat beberapa saran praktis dari penelitian ini untuk NDC Youth:

1. Menggunakan *content planning* dalam merancang sebuah konten, supaya pembuatan konten dapat lebih terarah dan mengetahui konten-konten seperti apa saja yang sudah pernah dibuat ataupun telah dipublikasikan ke Instagram NDC Youth.
2. Memperbanyak konten-konten yang meningkatkan keterlibatan aktif jemaat dalam memberikan ide ataupun inovasi baru bagi perkembangan media sosial NDC Youth untuk kedepannya.
3. Melakukan *screening* konten secara berulang kali, terutama memperhatikan penulisan di dalam konten tersebut agar dapat mengurangi kesalahan yang terjadi saat kontennya telah dipublikasikan secara luas.