

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas. Penelitian ini menemukan bahwa Lucky Bundle telah melakukan beberapa kegiatan dalam melaksanakan pemasaran media sosial di Instagram @luckybundle.co sesuai dengan tujuh langkah pemasaran media sosial menurut Tuten & Solomon (2018) yang kemudian dibagi menjadi tiga bagian. Pertama Lucky Bundle melaksanakan pemasaran media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* dengan melalui beberapa langkah, seperti menganalisis situasi, menetapkan tujuan, pembagian budget, dan menetapkan *target audience*. Kedua Lucky Bundle melaksanakan strategi pemasaran media sosial melalui konten yang berisikan media sosial yang digunakan, konten apa saja yang dibuat dan diposting, pesan kreatif yang disampaikan melalui konten, hingga perencanaan strategi pemasaran media sosial itu sendiri (*content planning*). Langkah ketiga adalah evaluasi pemasaran media sosial Lucky Bundle yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan Lucky Bundle dalam meningkatkan *brand awareness* setelah melaksanakan strategi pemasaran media sosial dan cara yang digunakan untuk mengukur keberhasilan tersebut.

Pemasaran media sosial yang dilaksanakan oleh Lucky Bundle terutama *unhinged marketing* yang digunakan dalam beberapa kontennya, berhasil membuat Lucky Bundle meningkatkan *brand awareness*. Hal ini karena kemampuan Lucky Bundle dalam menganalisis trend kemudian menerapkannya dalam membuat konten merupakan langkah yang tepat. Selain karena sesuai dengan karakter Lucky Bundle yang ingin terlihat dekat dengan pelanggan dan merupakan pendekatan yang cocok bagi Lucky Bundle, konten *unhinged* yang tidak kaku dan natural ini dapat mempermudah Lucky Bundle untuk tetap menonjol di antara para kompetitornya. Terlebih saat ini brand harus menyajikan konten-konten yang menarik. Konten yang diunggah oleh Lucky Bundle termasuk

konten *unhinged* ini dapat meningkatkan *brand awareness* Lucky Bundle, hal ini terlihat dari perkembangan media sosial Instagram yang digunakan sebagai sarana pemasaran media sosial oleh Lucky Bundle mulai dari jumlah followers hingga impression yang dapat dilihat hingga pemahaman dan ingatan para pelanggan mengenai Lucky Bundle.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah menemukan jawaban mengenai bagaimana strategi pemasaran media sosial (*unhinged marketing*) oleh Toko Lucky Bundle di Instagram dalam upaya meningkatkan *brand awareness*. Lucky Bundle berhasil meningkatkan *brand awareness* dengan menerapkan pemasaran media sosial di Instagram.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti strategi pemasaran media sosial dengan tujuan yang berbeda selain *brand awareness* dan dengan platform media sosial lain, selain Instagram. Dengan begitu peneliti dapat mengukur efisiensi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran media sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

Saran yang akan diberikan kepada Lucky Bundle adalah pertama alangkah baiknya fitur paid media bisa lebih digunakan dengan maksimal agar perusahaan bisa merasakan dampak yang signifikan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam melaksanakan pemasaran media sosial. Kedua sebaiknya dalam menentukan tujuan pada pelaksanaan strategi pemasaran media sosial perusahaan menetapkan tenggat waktu untuk mencapai tujuan tersebut. Ketiga, sebaiknya untuk budget operasional bisa dipisah dengan budget creation agar tidak tercampur dan bisa lebih tertata rapi. Keempat, sebaiknya Lucky Bundle menggunakan survey transparan sebagai cara dalam mengukur keberhasilan dan mengelola lebih lanjut data yang didapatkan dari survey dan juga insight Instagram agar data yang dimiliki bisa lebih komprehensif.