

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Strategi *social media marketing* yang dijalankan Cornetto di Instagram dalam memanfaatkan *celebrity endorser* Cha Eun-Woo memberikan hasil signifikan dan maksimal dalam meningkatkan *brand*. Proses penerapan strategi yang dilakukan oleh Cornetto dalam memaksimalkan *brand engagement* melalui *celebrity endorser* Cha Eun-Woo dapat diidentifikasi melalui ketujuh langkah perancangan strategi pemasaran serta indikator *celebrity endorser* berdasarkan model VisCap.

Dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan strategi ini Cornetto berhasil mencapai objektif yang sudah ditentukan sejak awal serta memenuhi ekspektasi *brand* serta audiens. Cornetto memanfaatkan Cha Eun-Woo dari berbagai aspek mulai dari daya tarik yang dimilikinya, *background behaviour* yang sesuai dengan Cornetto, hingga penggemarnya yang memiliki antusiasme besar. Dengan Cha Eun-Woo sebagai *celebrity endorser*, Cornetto juga berusaha mengoptimalkan K-pop idol dalam setiap kontennya baik itu *feeds* maupun *story* di Instagram.

Berdasarkan data Cornetto berhasil meningkatkan 314% peningkatan *engagement rate* selama Cha Eun-Woo menjadi *celebrity endorser* melalui strategi yang dirancang dengan matang. Selain itu, Cornetto juga berhasil menambahkan jumlah pengikut sebanyak 5.000 dari konten-konten interaktif yang disajikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *social media marketing* yang dijalankan oleh Cornetto pada Instagram untuk memaksimalkan *brand engagement* dengan Cha Eun-Woo sebagai *celebrity endorser* dikatakan berhasil.

5.2 Saran

Berdasarkan analisa hasil penelitian yang dilakukan terkait strategi *social media marketing* di Instagram Cornetto dalam memaksimalkan *brand engagement* dengan Cha Eun-Woo sebagai *celebrity endorser*, diharapkan dapat bermanfaat dari segi praktis maupun akademis.

5.2.1 Saran Praktis

Pada penelitian yang dilakukan, diharapkan Cornetto dapat terus meningkatkan efektivitas strategi pemasaran media sosial dengan terus beradaptasi dengan perkembangan tren maupun teknologi. Cornetto juga disarankan untuk tetap secara rutin aktif di media sosial dan melakukan kampanye interaktif yang relevan dengan audiens. Selain itu, Cornetto dapat meningkatkan strategi *Social First* yang tidak hanya mengimplementasikan dengan cara menggunakan foto *celebrity endorser* pada setiap postingan melainkan juga dapat dengan cara membuat sesi ambil alih akun Instagram oleh *celebrity endorser* yang menampilkan kehidupan sehari-harinya. Dengan begitu, diharapkan konsumen akan semakin dekat dengan merek dan peningkatan brand engagement rate akan menjadi lebih maksimal.

5.2.2 Saran Akademis

Dalam penelitian yang dilakukan, penelitian ini fokus dalam pembahasan strategi *social media marketing* dengan pemanfaatan *celebrity endorser* Cha Eun-Woo dalam meningkatkan *brand engagement* melalui metode penelitian kualitatif. Penelitian selanjutnya dapat meneliti pembahasan mengenai seberapa besar pengaruh peningkatan *brand engagement* yang dihasilkan dengan penggunaan *celebrity endorser* Cha Eun-Woo di Cornetto terhadap minat beli dengan metode kuantitatif. Penelitian tersebut dapat memberikan pemahaman lebih lanjut terkait korelasi peningkatan brand engagement dengan penjualan produk untuk terus mempertahankan dan mengembangkan perusahaan es krim,

Selain itu, penelitian ini juga hanya fokus pada media sosial Instagram. Penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan studi serupa di media sosial lainnya untuk menguji dan mengetahui apakah dengan menggunakan media sosial lain akan memperoleh hasil yang lebih efektif atau sebaliknya.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA