

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terdapat temuan-temuan yang bisa disampaikan di Kesimpulan ini. Strategi komunikasi pemasaran dari perspektif *influencer marketing* di Kulumanu Intisoccer, dapat dijelaskan menggunakan kerangka kerja Aron Levin. Kegiatan *influencer marketing* dari Kulumanu Intisoccer sebagian sesuai dengan penjelasan konsep dan sebagian juga tidak.

Berdasarkan analisis penulis yang bersumber dari hasil pembahasan, pada bagian panduan kreativitas, pemilihan *influencer*, dan anggaran, tidak sesuai dengan konsep *strategi influencer marketing* yang digunakan. Pada bagian panduan kreativitas, Kulumanu Intisoccer tidak memberikan arahan yang jelas mengenai keinginannya dalam membuat konten, Kulumanu Intisoccer hanya meminta untuk *tag*/kolaborasi postingan saja dan memberikan 100% proses strateginya kepada *influencer*. Selain itu Kulumanu Intisoccer secara gamblang menyebutkan tidak memiliki kriteria jumlah pengikut, atau *engagement rate* dalam pemilihan *influencernya*. Hanya mencocokkan persona dan *value* yang sama. Terakhir pada penentuan anggaran, Kulumanu Intisoccer tidak menyisihkan dana untuk *influencer marketing*. Namun, untuk sistem anggarannya dilakukan dalam bentuk barter konten dengan jatah sewa lapangan.

Terdapat bagian tertentu yang sudah sesuai dengan konsep, yaitu *Marketing Objective* yang berupa *awareness*, *Target Audience* berupa Anak muda berusia 15-30 tahun, tinggal di daerah perkotaan, dan aktif bermain media sosial Instagram, lalu *S.M.A.R.T Objective* berupa *awareness* sebanyak 30% dalam 6 bulan, dan strategi platform berupa *profile visit* dan *views reels*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai analisis terhadap efektivitas sistem barter. Apakah metode barter ini memberikan ROI yang optimal dibandingkan dengan sistem pembayaran pada umumnya? Pengumpulan datanya dapat dikumpulkan dengan membandingkan biaya operasional, keuntungan yang dihasilkan, dan tingkat *engagement*. Dengan begitu peneliti selanjutnya dapat mengetahui apakah sistem barter lebih efektif dan efisien untuk diterapkan pada skala yang lebih besar atau mungkin sebaliknya.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan Kulumanu Instisoccer untuk membentuk tim profesional dalam mengelola media sosialnya. Karena jika dikelola lebih baik lagi, dan sesuai dengan konsep Aron Levin pada prakteknya, Instagram Kulumanu Intisoccer bisa mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, dan juga bisa ada tim yang bisa membantu untuk mengelola media sosial di platform lain.

