

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran media sosial kolaborasi “Spy x Executive” yang sudah dilakukan oleh peneliti. Peneliti mendapatkan kesimpulan strategi sosial media yang digunakan oleh brand Executive dalam melakukan kampanye ini. Strategi social media ini bisa kita lihat dari memanfaatkan sosial media marketing sebagai sarana dalam melakukan kampanye kolaborasi dengan anime “Spy x Family”. Seperti yang sudah dijelaskan brand Executive tentunya melakukan riset terlebih dahulu mengenai target audiens yang ingin dituju oleh mereka, siapa saja yang ingin menjadi target audiens dari mereka. Setelah itu mereka juga melihat audiens tersebut untuk menentukan platform apa saja yang ingin dipakai oleh brand Executive itu sendiri. Mereka juga melakukan riset dengan kompetitor yang melakukan kolaborasi yang sama, untuk mengetahui dan mengisi titik-titik yang kosong yang terlewat oleh brand lain.

Platform yang digunakan sendiri dalam *social media marketing* dari brand Executive sendiri yang utamanya yaitu dari Instagram dan juga Tiktok. Brand Executive sendiri juga memiliki website mereka sendiri untuk konsumen dapat mempelajari lebih lanjut lagi terkait produk tersebut. Executive selalu memastikan bahwa akses dan juga penggunaan dari website dan media sosial tersebut mudah digunakan dan mudah dijangkau oleh para konsumen, agar para konsumen bisa dengan mudah mengakses platform tersebut kapan saja. Pada platform instagram Executive juga menampilkan beberapa link untuk ke platform-platform yang dimiliki oleh brand Executive contohnya ke website mereka, Tiktok dan juga toko-toko ecommerce mereka. Tidak hanya itu brand Executive sendiri membuat seperti *grid* pada platform media sosial mereka untuk memastikan konten yang di unggah pada platform media sosial mereka mendapatkan minat dari para konsumen. Dengan platform media sosial dari brand Executive juga bisa dibuat agar para konsumen dapat melakukan interaksi dengan sesama konsumen ataupun dengan

pihak dari brand Executive. Hal tersebut juga merupakan hal yang dilakukan oleh brand Executive untuk membangun hubungan baik dengan para audiens.

Kolaborasi brand Executive dan juga *anime* Spy x Family ini memberikan wawasan tentang pentingnya adaptasi dan inovasi dalam persaingan ketat dalam industri fesyen. *Social media marketing* terbukti menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan jangkauan dan juga relevansi mereka di era digital. Terbukti dari kesuksesan brand Executive dalam kampanye kolaborasi dengan *anime* Spy x Family, yang bisa dilihat dari kenaikan penjualan, *engagement*, *reach* dan juga audiens.

5.2 Saran

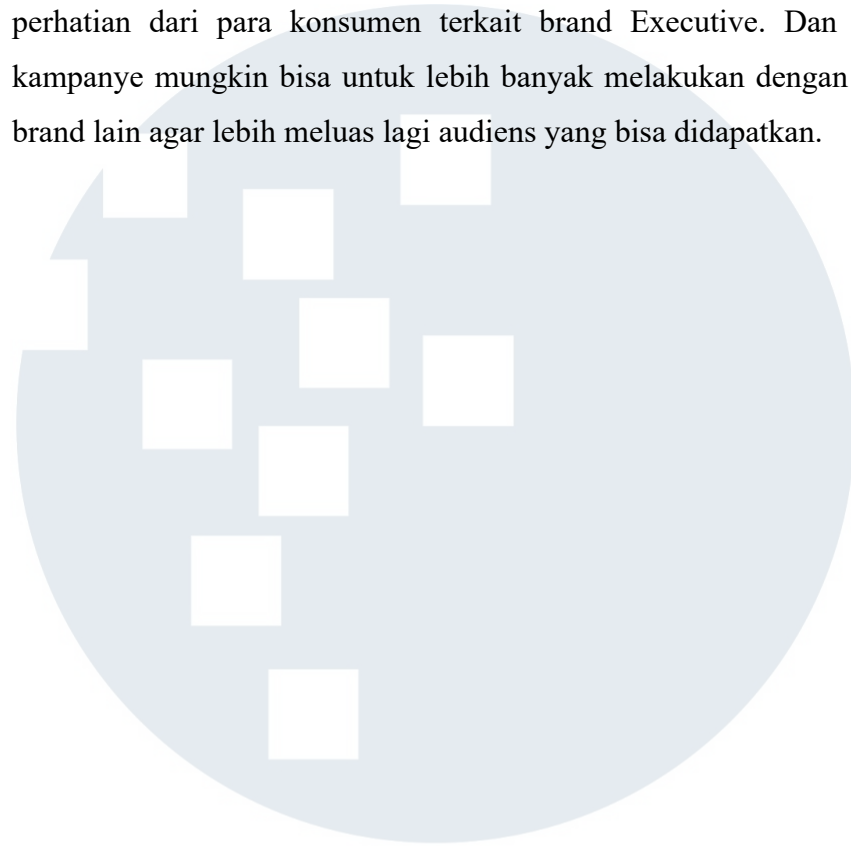
5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini bisa berguna dan juga bisa jadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Tidak hanya itu peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembaca yang ingin memulai sebuah inovasi yang lebih lanjut menggunakan beberapa strategi yang sudah dijelaskan. Penulis juga berharap bagi penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini dalam kegiatan *digital marketing* dan juga *social media marketing* pada penelitian selanjutnya. Pentingnya melakukan riset dan pembelajaran terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian terkait industri fesyen, agar lebih memahami beberapa istilah-istilah fesyen yang bisa membantu dalam penelitian. Agar komunikasi yang dilakukan dengan para narasumber dapat memudahkan dalam komunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

Brand Executive mungkin bisa mencoba menggunakan beberapa strategi yang lain, jika ingin melakukan kolaborasi dengan brand lain selanjutnya. Komunikasi antar team internal juga bisa menjadi saran dalam penelitian ini dan untuk penelitian kedepannya, agar lebih minim dari miskomunikasi. Mungkin juga dalam *event offline*, mungkin boleh lebih

sering ikut partisipasi dalam *event offline* agar lebih bisa menarik banyak perhatian dari para konsumen terkait brand Executive. Dan dari segi kampanye mungkin bisa untuk lebih banyak melakukan dengan beberapa brand lain agar lebih meluas lagi audiens yang bisa didapatkan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA