

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi melalui *content marketing* berpengaruh terhadap PT. Cakrawala Metrik Yogyakarta pada Instagram @cakrawalametrik dalam peningkatan penjualan, kemudian bagaimana proses *digital content marketing* yang dilakukan oleh PT. Cakrawala Metrik Yogyakarta pada Instagram @cakrawalametrik, dan dampak dari implementasi strategi *content marketing* terhadap *customer engagement* pada Instagram @cakrawalametrik di PT. Cakrawala Metrik Yogyakarta.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa menggunakan strategi *content marketing* di Instagram sebagai media promosi dapat secara efektif meningkatkan penjualan di PT. Cakrawala Metrik Yogyakarta. Dapat dilihat dari jumlah *impressions* dalam satuan *Key Success Indicator* (KSI) perusahaan sudah dianggap sukses. Selain dilihat dari KSI perusahaan, dapat dilihat juga pada grafik penjualan yang menunjukkan kenaikan penjualan. Hal ini akhirnya memenuhi bentuk *customer engagement* dengan adanya keterlibatan afektif dari konsumen yang dibuktikan dengan tingginya antusiasme dan kepuasan konsumen terhadap konten yang disajikan oleh Instagram @cakrawalametrik.

Proses *digital content marketing* yang diterapkan pada Instagram @cakrawalametrik terdiri dari menyusun tujuan, pemetaan audiens, perencanaan dan ideasi konten, pembuatan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi konten dan pengembangan konten. Menurut *social media officer* dan *content creator* Instagram @cakrawalametrik tahap perencanaan dan ideasi konten merupakan tahap yang sulit untuk dilaksanakan karena harus terus memikirkan variasi konten seperti apa yang menarik untuk disajikan. Konten berbentuk video

reels menjadi konten yang paling banyak tingkat keberhasilannya dibandingkan dengan konten foto. Strategi yang paling efektif dalam meningkatkan *engagement* pada akun Instagram @cakrawalametrik yaitu menampilkan konten dengan judul yang menguntungkan konsumen atau *followers*

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian diatas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya, yaitu Instagram @cakrawalametrik diharapkan menambah jumlah konten produk untuk bisa di unggah setiap hari, kemudian membuat *story* yang dapat meningkatkan *engagement* dengan melibatkan *followers* seperti mengadakan *givesaway* atau *game* supaya Instagram terus aktif dan diharapkan semakin banyak pengunjung *profile*. Hasil temuan penelitian yang diperoleh terkait strategi *content marketing* di Instagram @cakrawalametrik mungkin masih banyak terdapat kekurangan dan terbatas, maka peneliti memberi saran juga kepada peneliti selanjutnya agar dapat menggali lebih dalam terkait strategi *content marketing* dalam berbagai bidang perusahaan dan berbagai metode penelitian untuk meningkatkan *customer engagement*.