

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi *content marketing* NaZMa Office melalui media sosial instagram dalam meningkatkan *engagement*. Strategi *content marketing* NaZMa Office di Instagram mengikuti delapan tahapan Kotler: perencanaan konten, pemetaan konten, ide dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi konten, dan perbaikan konten.

NaZMa Office menetapkan tujuan utama untuk mengenalkan merek dan meningkatkan penjualan produk. Penggunaan perangkat SMART dalam penetapan tujuan membantu mereka dalam merancang strategi yang fokus dan terukur, namun dalam penggunaan perangkat SMART belum menghasilkan *engagement* sesuai yang ditargetkan NaZMa Office. Pemetaan audiens dilakukan dengan target *pentahelix*, seperti pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat, dan media. Metode ini memungkinkan NaZMa Office untuk menciptakan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens. NaZMa Office menggunakan teknik brainstorming dan analisis SWOT untuk merencanakan konten, kemudian dengan adanya *content planning* dan bank konten, NaZMa Office dapat mengakses dan mempublikasikan konten secara efisien. Kolaborasi antara divisi *content creator*, desain grafis, dan video editor memastikan bahwa konten yang dihasilkan berkualitas tinggi, menarik, dan konsisten dengan identitas merek NaZMa Office. Pemanfaatan media milik sendiri (Instagram) dan media berbayar (Instagram Ads) untuk mendistribusikan konten. Penjadwalan konten dilakukan dengan memperhatikan waktu-waktu strategis untuk mencapai audiens yang tepat, namun perlu konsistensi dalam penjadwalan konten sesuai yang sudah direncanakan dengan target *pentahelix* agar konten mencapai audiens tersebut. Responsif terhadap komentar dan *direct message* membantu NaZMa Office menjaga hubungan baik dengan audiens dan juga memanfaatkan fitur-fitur

Instagram untuk meningkatkan *engagement*. Penggunaan *meta business suite* memungkinkan NaZMa Office untuk menganalisis performa konten. Dengan mengevaluasi *engagement*, mereka dapat mengidentifikasi konten yang perlu ditingkatkan atau dikurangi. NaZMa Office melakukan perbaikan berbasis evaluasi rutin untuk memperbaiki konten berdasarkan analisis mendalam terhadap performa konten yang telah diunggah. Hal ini memastikan konten tetap relevan dan menarik bagi audiens. Strategi ini berhasil meningkatkan *engagement*, terbukti dari *insight* instagram NaZMa Office bulan Maret sampai Juni 2024 dimana *reach* mencapai 14.3K (+100.7%), kunjungan profil 4.4K (+500.8%), interaksi konten 1.8K (100%) dan pengikut 169 (100%).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti pada BAB IV, maka peneliti memberikan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. NaZMa Office disarankan untuk lebih konsisten dalam penjadwalan konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens untuk membangun hubungan yang lebih baik.
- b. Penggunaan influencer yang sesuai dengan visi misi perusahaan juga dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan *engagement*.

2. Manfaat Akademis

- a. Bagi pembaca diharapkan dapat menerapkan strategi *content marketing* NaZMa Office melalui media sosial instagram dalam meningkatkan *engagement* dalam bisnis atau studi.
- b. Penelitian selanjutnya melakukan analisis lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *engagement* di Instagram. Penelitian dapat mengeksplorasi elemen spesifik dari konten (seperti jenis gambar, caption, waktu posting) yang paling efektif dalam meningkatkan interaksi dan meneliti pengaruh kolaborasi dengan influencer atau mitra *pentahelix* terhadap efektivitas strategi *content marketing*. Penelitian ini dapat

memberikan wawasan tentang bagaimana influencer dapat meningkatkan *engagement*.

