

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan diatas, kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan *content marketing* melalui media sosial pada Toko Gogo Kota Pematangsiantar, dengan memperhatikan langkah-langkah strategi *content marketing* menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan, yaitu menentukan tujuan, pemetaan target pasar, ide dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi konten, dan perbaikan konten, dapat membantu dalam meningkatkan jangkauan pemasaran Toko Gogo. Hal ini terlihat dari data *Instagram Insight* pada akun *Instagram Business* @tokogogo_siantar yang menunjukkan; peningkatan jangkauan akun (*accounts reached*) mencapai 20.846 jangkauan akun, tingkat interaksi akun (*accounts engaged*) mencapai 1000 interaksi akun, dan jumlah pengikut (*total followers*) sebanyak 548 pengikut. Berdasarkan data tersebut peningkatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi *content marketing* yang telah dilakukan pada akun Instagram @tokogogo_siantar telah memperluas dan meningkatkan jangkauan pemasaran Toko Gogo Kota Pematangsiantar. Selain itu, pemanfaatan akun *Instagram Business* melalui tools *Instagram Insight* dapat membantu pemasar dalam melihat dan mengevaluasi pemasaran yang telah dilakukan.

5.2.1 Saran Untuk Usaha

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, berikut adalah saran untuk Toko Gogo Kota Pematangsiantar:

1. Para wirausaha harus selalu mengikuti perkembangan teknologi dan memperbaharui keterampilan pemasaran digitalnya agar dapat terus bersaing dan mengembangkan usahanya.
2. Penting bagi pemasar untuk tetap menjaga konsistensi dalam menciptakan dan me posting konten secara teratur.
3. Perlunya memanfaatkan semua fitur yang ditawarkan oleh Instagram, untuk menjangkau audiens secara lebih dinamis dan interaktif, sehingga dapat menambah variasi dalam konten dan menarik perhatian lebih banyak pengguna.
4. Pentingnya untuk memahami dan secara berkala menggunakan *Instagram Insights* untuk mengevaluasi kinerja konten dan memahami perilaku audiens.
5. Pertimbangkan untuk menjalin kerja sama dengan influencer atau akun-akun lokal yang memiliki basis pengikut yang relevan. Kolaborasi ini dapat membantu meningkatkan jangkauan pemasaran pada target audiens yang dituju.
6. Meskipun pemasaran organic penting, perlu dipertimbangkan untuk mengalokasikan anggaran untuk iklan berbayar (*instagram ads*). Iklan dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, dan membantu pemasar untuk mencapai target audiens yang ingin dituju.

7. Perlunya dipertimbangkan untuk merekrut tenaga kerja di bidang pemasaran digital, terutama yang memiliki keahlian dalam *content marketing*.

5.2.3 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Ada baiknya penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya untuk diteliti sehingga cakupan penelitian ini menjadi lebih luas.
2. Pada penelitian selanjutnya, dapat meneliti tentang Implementasi *content marketing* menggunakan *Instagram Ads*, serta membandingkannya dengan strategi organik yang telah diterapkan pada penelitian ini, dengan tujuan untuk memahami bagaimana kombinasi kedua pendekatan ini dapat meningkatkan *accounts reached*, *accounts engaged*, dan *total followers* dibandingkan dengan strategi organik yang sudah diterapkan pada penelitian ini.