

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan studi kualitatif deskriptif tentang strategi dan pengaruh pemasaran konten pada akun Instagram @indibiz. sumatera, dapat disimpulkan beberapa hal yang lebih mendalam. Studi ini mengindikasikan bahwa pengelolaan konten pada akun tersebut dilakukan dengan cara yang sistematis, terencana, dan didasarkan pada data. Tim pengelola media sosial mengimplementasikan tujuh strategi utama, yaitu peningkatan kesadaran, penempatan produk, penjualan produk secara lembut, penjualan produk secara tegas, kolaborasi dengan KOL, testimoni, serta giveaway. Setiap strategi memiliki peran yang berbeda, tetapi saling mendukung dalam membangun citra perusahaan, memperluas jangkauan, dan meningkatkan keterlibatan.

Proses penyusunan konten dilakukan dengan melakukan penelitian tentang tren, analisis wawasan, serta diskusi internal tim untuk menilai kesesuaian konten dengan karakteristik bisnis B2B Indibiz. Konten kesadaran dihasilkan secara teratur karena lebih mudah beradaptasi dengan tren dan lebih efektif dalam menjalin kedekatan dengan audiens. Di sisi lain, strategi soft selling dan hard selling dibuat agar dapat menyampaikan pesan penjualan dengan tingkat intensitas yang berbeda sesuai dengan kebutuhan kampanye. Kerja sama dengan KOL dipilih dengan hati-hati berdasarkan tingkat keterlibatan dan kesesuaian audiens, sementara konten giveaway digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan interaksi dengan cepat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi tersebut memberikan pengaruh yang baik terhadap keterlibatan, yang terlihat dari meningkatnya jumlah suka, tampilan, jangkauan, serta pertumbuhan pengikut. Selama masa penelitian, keterlibatan dilaporkan meningkat secara konsisten antara 3–15%, yang menunjukkan bahwa konten yang disusun telah sesuai dengan keinginan audiens, terutama para pelaku UMKM dan bisnis lokal sebagai sasaran utama.

Dengan menggunakan triangulasi sumber (wawancara, pengamatan, dan dokumentasi), semua data menunjukkan konsistensi yang sangat baik. Informasi

yang disampaikan oleh informan mengenai efektivitas konten kesadaran, giveaway, dan KOL telah terbukti melalui data wawasan dan pola unggahan yang diamati secara langsung. Pernyataan ini menegaskan bahwa hasil penelitian memiliki tingkat validitas yang tinggi dan tidak bergantung hanya pada satu sumber data.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran konten pada akun @indibiz. sumatera dipengaruhi oleh beberapa faktor utama: perencanaan konten yang baik, pemilihan strategi yang sesuai dengan sasaran kampanye, kemampuan untuk mengikuti tren media sosial, serta penggunaan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens B2B. Studi ini juga menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, dapat berfungsi sebagai alat yang signifikan dalam membangun merek dan meningkatkan interaksi, meskipun beroperasi dalam segmen B2B yang biasanya menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan B2C.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten yang teratur, inovatif, dan fleksibel merupakan elemen krusial dalam meningkatkan keterlibatan serta mendukung perkembangan akun bisnis. Temuan ini dapat menjadi panduan penting bagi para pelaku bisnis dan peneliti selanjutnya untuk memahami cara mengoptimalkan strategi pemasaran konten dalam meningkatkan kinerja akun bisnis di zaman digital.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi, Lembaga, komunitas serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka bab penutup pada peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan ialah sebagai berikut :

5.2.1 Saran untuk Tim Instagram @indibiz.sumatera

- 1) Tingkatkanlah performa dalam konten yang meningkat engagement.
- 2) Eksplorasi kreatifitas konten agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas.
- 3) Ekspansi konten ke platform yang lebih banyak segmen businessman dan pelaku usaha, seperti LinkedIn

5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

- 1) Eksplorasi jenis ide-ide konten untuk meningkatkan jangkauan audiens di penelitian berikutnya.
- 2) Melihat seberapa besar pengaruh content marketing secara rinci dan pendapat publik terkait produk @indibiz.sumatera.