

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai dampak *Corporate Rebranding* dan *Social Media Marketing* terhadap tingkat *Social Media Marketing* di media sosial Instagram Lapangbola, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis mengindikasikan bahwa penggunaan *Corporate Rebranding* dan *Social Media Marketing* secara efektif di media sosial Instagram memberikan dampak positif yang signifikan terhadap tingkat *Brand Image* Lapangbola. Konten yang berkualitas, menarik, dan relevan dapat meningkatkan pemahaman dan pengenalan brand di antara audiens. Terbukti dalam nilai koefisien determinasi mengidentifikasi lebih dari 9,8% variabel *Corporate Rebranding* dan *Social Media Marketing* mempengaruhi *Brand Image*.
2. Strategi konten yang matang dan terarah memiliki peran krusial dalam meningkatkan *Social Media Marketing*. Konten yang sesuai dengan tujuan brand, dikemas secara kreatif, dan disajikan secara konsisten mampu membantu Lapangbola untuk membangun image brand yang kuat. *Corporate Rebranding* yang termasuk dalam indikator pernyataan terdapat pengaruh terhadap *Brand Image*.
3. Tingkat interaksi dan keterlibatan dengan konten memiliki dampak yang signifikan terhadap *Social Media Marketing*. Komentar, berbagi, dan partisipasi aktif dari pengikut mengindikasikan bahwa konten berhasil membangun ikatan dan meningkatkan pengenalan brand di kalangan audiens. Terbukti dengan data akun Instagram Lapangbola, ketika Lapangbola aktif dalam menggunggah konten engagement yang didapatkan meningkat.
4. Proses pengukuran dan evaluasi terhadap kinerja *Social Media Marketing* sangat penting. Analisis data interaksi, respons, dan pertumbuhan jumlah pengikut dapat memberikan wawasan tentang efektivitas strategi yang diadopsi, membantu Lapangbola untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan. Maka dari itu dengan *Corporate Rebranding* dan *Social Media Marketing* yang efektif

didapatkan hasil yang baik, terbukti dengan data akun instagram Lapangbola yang dilihat dari gambaran penambahan followers dan engagement mengalami kenaikan.

5.2 Implikasi

Dari ringkasan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa implikasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Perlunya pengembangan strategi *Corporate Rebranding* yang tepat dan terukur. Manajemen Lapangbola perlu memahami tujuan brand dan karakteristik audiens dengan baik untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik, serta dapat efektif menguatkan *Brand Image* Lapangbola. Juga untuk memaksimalkan *Corporate Rebranding* agar lebih memberikan pengaruh terhadap *Brand Image* media sosial Instagram Lapangbola.
2. Lapangbola perlu mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk menciptakan konten berkualitas. Investasi dalam sumber daya manusia, kreativitas, dan alat-alat produksi konten akan membantu memastikan penghasilan konten yang menarik dan bernilai bagi audiens.
3. Pentingnya konsistensi dalam menghasilkan dan mengunggah konten menunjukkan bahwa frekuensi pengunggahan konten yang cukup sering dapat membantu mempertahankan keterlibatan audiens dan meningkatkan *Social Media Marketing*. Terlihat dalam *engagement* yang didapatkan ketika Lapangbola secara konsisten mengunggah konten secara konsisten.
4. Lapangbola perlu menerapkan pengukuran dan evaluasi rutin terhadap kinerja *Social Media Marketing*. Data interaksi, pertumbuhan pengikut, dan respons pengguna perlu dievaluasi untuk mengevaluasi efektivitas *Social Media Marketing* yang diadopsi. Dengan melihat data perkembangan akun instagram Lapangbola yang didapatkan maka evaluasi yang dilakukan akan lebih efisien dan efektif.

5.3 Rekomendasi

Dari ringkasan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa rekomendasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Mengembangkan rencana strategi konten yang terarah. Ini melibatkan penentuan tujuan jangka panjang dan pendek, serta perencanaan jenis konten, tema, dan pengaturan jadwal pengunggahan yang konsisten. Dilihat dari nilai koefisien determinasi yang masih sekitar 9,8%, maka Lapangbola harus lebih mengembangkan *Corporate Rebranding* dan *Social Media Marketing* yang efisien.
2. Lapangbola sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas konten yang dihasilkan. Menginvestasikan waktu dan upaya dalam Menciptakan konten berkualitas akan memberikan nilai ekstra yang lebih besar bagi para audiens dan membantu dalam membangun *Brand Image* yang kuat. Menggunakan beragam format seperti reels, stories dan live akan membantu menarik perhatian audiens yang berbeda dan memaksimalkan keterlibatan.
3. Selalu up-to-date dengan fitur baru yang diperkenalkan oleh media sosial Instagram dan memanfaatkannya dengan baik. Misalnya, menggunakan fitur seperti Reels dapat memberikan cara yang inovatif untuk menghadirkan konten yang lebih menarik. Juga melakukan evaluasi dan penyesuaian rutin terhadap strategi *Social Media Marketing*. Memantau tren dan respons pengikut, serta menyesuaikan konten berdasarkan hasil evaluasi, dapat membantu dalam menjaga kesegaran dan efektivitas strategi.
4. Mengikuti perkembangan sepak bola ini penulis banyak sekali mendengarkan dan menonton acara berkenaan dengan sepak bola yaitu pemahaman taktis melalui pundit yang baik sehingga banyak dilihat khalayak orang, sehingga kolaborasi konten ataupun sebagai *brand ambassador* dari lapangbola itu sendiri bisa menjadi sebuah dobrakan supaya brand image semakin