

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, serta hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai analisis strategi penerapan *content marketing* dalam meningkatkan *engagement* pada Instagram Tsabine Official, maka hasil observasi dan wawancara terkait *content marketing* dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil temuan penelitian dari strategi penerapan *content marketing* yang dilakukan oleh Tsabine Official untuk meningkatkan *customer engagement* pada akun Instagramnya mencakup berbagai strategi yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens, tren media sosial, dan analisis data *engagement*. Tsabine Official secara konsisten membuat konten informatif, konten POV (*Point of View*) yang *relatable* bagi remaja perempuan serta merupakan target *market* utama perusahaan. Selain itu, Tsabine Official juga aktif mengadakan *campaign* promosi seperti *giveaway*, kolaborasi dengan *influencer*, kuis interaktif, dan memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels, *Stories*, dan *Live Streaming* untuk menciptakan interaksi yang lebih aktif, menarik, dan interaktif bagi *followers* Tsabine Official. Strategi ini dibuat untuk tidak hanya menarik perhatian *audiens*, tetapi juga mendorong interaksi dan *engagement* yang lebih tinggi di setiap postingan.
2. Rendahnya *engagement rate* pada akun Instagram Tsabine Official disebabkan oleh strategi pemasaran yang kurang variatif, keterbatasan sumber daya manusia dalam tim *social media*, serta minimnya penggunaan iklan berbayar juga dapat membatasi eksposur dan jangkauan konten. Algoritma Instagram yang sering berubah juga menjadi tantangan tersendiri karena mempengaruhi visibilitas konten. Faktor-faktor ini mengindikasikan bahwa ada kebutuhan untuk penyesuaian strategi dan peningkatan kualitas konten agar bisa lebih menarik minat *audiens*.

3. Hasil dari implementasi strategi pada *content marketing* Tsabine Official menunjukkan efektivitas dalam berbagai faktor, termasuk penggunaan konten yang relevan dengan audiens, seperti konten POV dan tren viral, serta kolaborasi dengan *influencer*. Strategi ini berhasil memperkuat brand awareness dan meningkatkan interaksi dengan pengikut melalui konten edukatif, testimoni pelanggan, dan promosi khusus. Namun, implementasi ini belum sepenuhnya optimal karena masih ada keterbatasan dalam frekuensi dan konsistensi konten yang perlu ditingkatkan untuk menjaga *engagement* yang stabil. Dengan menerapkan strategi yang ada, Tsabine Official dapat lebih maksimal dalam meningkatkan *customer engagement* dan mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Tsabine Official, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas strategi *content marketing* di media sosial instagram serta memperbaiki *engagement rate*. Rekomendasi ini disusun untuk membantu perusahaan untuk mengoptimalkan potensi yang ada serta mengatasi kendala yang dihadapi. Berikut terdapat rekomendasi yang disarankan:

1. Optimalisasi konten workshop. Berdasarkan strategi yang sudah dilakukan, konten yang dihasilkan dari *event* workshop bersama *influencer* menunjukkan performa yang cukup baik. Oleh karena itu, pembagian konten workshop secara strategi dapat membantu menjaga *engagement* yang lebih baik.
2. Merutinkan kolaborasi bersama *brand* ataupun *influencer*. Dengan *brand* atau *influencer* yang memiliki *audiens* dan target *market* yang relevan, hal ini dapat meningkatkan *engagement* serta kepercayaan *audiens* terhadap *brand* Tsabine Official.
3. Penggunaan iklan di Instagram. Memanfaatkan iklan berbayar dapat membantu Tsabine Official untuk meningkatkan jangkauan yang luas dan *engagement rate*. Dengan target *audiens* yang tepat, adanya iklan

dapat memperluas cakupan konten serta meningkatkan interaksi dengan *brand*.

4. Peningkatan jumlah SDM. Perusahaan disarankan untuk menambah jumlah SDM pada tim *Social Media Marketing*. Dengan tim yang lebih besar dan terampil strategi *content marketing* dapat dikelola lebih optimal.

Rekomendasi dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan gambaran lebih mendalam untuk mengoptimalkan *content marketing* pada *media social* instagram, serta menjadi panduan bagi Tsabine Official untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif.