

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang masih digunakan Serambi Milk hingga sekarang adalah strategi *content marketing*. Penerapan strategi *content marketing* terdapat 3 jenis *content* yaitu foto, video, dan infografis. *Customer engagement* dari tiga jenis *content* yang diunggah @serambimilk termasuk dalam ketagori sangat kurang baik. Hal ini disebabkan karena rendahnya interaksi atau *engagement* yang diberikan oleh pengikut @serambimilk terhadap *content* yang diunggah @serambimilk.
2. Serambi Milk menerapkan beberapa strategi promosi berbasis media sosial *instagram* diantaranya strategi *content marketing*, *celebrity endorsement* dan *instagram ads*. Pada penerapan strategi *content marketing* disimpulkan bahwa *content marketing* telah memenuhi kriteria menurut ahli dengan rata-rata sebanyak 69% yang termasuk dalam kategori baik. Pada strategi *celebrity endorsement* disimpulkan bahwa *celebrity endorsement* telah memenuhi beberapa kriteria menurut ahli dengan rata-rata sebanyak 93% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Pada strategi *instagram ads* disimpulkan bahwa *instagram ads* telah memenuhi beberapa kriteria menurut ahli dengan rata-rata sebanyak 57% yang termasuk dalam kategori cukup baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Saran yang didapatkan pada tujuan satu adalah:
 - a. Dalam penerapan strategi *content marketing* terhadap *customer engagement*, UMKM Serambi Milk diharapkan lebih memanfaatkan fitur instastory, seperti dengan mengadakan kegiatan QnA agar menjalin hubungan yang baik dengan audiens serta membagikan ulang postingan feeds ke instastory.
 - b. Diharapkan Serambi Milk dapat meningkatkan *engagement* dengan menggunakan strategi giveaway di *instagram*, yaitu dengan cara memberikan persyaratan khusus kepada pengikut untuk mendapatkan sebuah hadiah seperti boom *like*, *comment*, tag teman dan lain-lain.
 - c. Diharapkan kepada Serambi Milk untuk konsisten dalam mengunggah *content*. Dengan cara lebih memperhatikan *timeliness* dalam mengunggah *content*, yaitu pada saat *golden time* atau pada waktu produktif audiens dalam menggunakan media sosial.
2. Saran yang didapatkan pada tujuan dua adalah:
 - a. Disarankan untuk Serambi Milk menggunakan hashtag yang relevan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan audiens dalam menemukan hal yang mereka butuhkan.
 - b. Peneliti menyarankan agar UMKM Serambi Milk melakukan re-branding terhadap “penciptaan *brand image*”, hal ini bertujuan untuk

membuat konsumen tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan Serambi Milk. UMKM Serambi Milk bisa memulai dengan mengubah tampilan visual dari *content* yang disajikan menjadi ke versi yang lebih modern.

