

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan dan hasil pembahasan pada bab di atas dapat disimpulkan pada bab penutup akan dapat kesimpulan dan saran yang dapat bermanfaat.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan implementasi *social media marketing* pada PT Telkomsel Padang adalah sebagai berikut:

1. PT Telkomsel Kota Padang, penggunaan strategi *social media marketing* telah terbukti berhasil dalam meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan di wilayah Padang dan sekitarnya. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok dan Telegram, Telkomsel dapat menjangkau pelanggan yang lebih besar dan beragam dengan cara yang lebih personal dan interaktif.
2. Keterlibatan masyarakat dan konten yang relevan adalah semua strategi yang digunakan. Hal ini membantu PT Telkomsel untuk membedakan diri dari pesaingnya dan menanamkan kepercayaan *brand* yang kuat kepada pelanggan terkhususnya Kota Padang dan sekitarnya.
3. Persepsi masyarakat terhadap *brand* Telkomsel diperbaiki oleh peningkatan keterlibatan dan interaksi pelanggan di platform media sosial. Pelanggan semakin aktif menggunakan media sosial sebagai

sumber informasi dan referensi dalam proses pengambilan keputusan, yang membuat kehadiran Telkomsel di platform digital sangat penting.

4. Mengukur efektivitas secara khusus dan menyesuaikan strategi dengan preferensi dan karakteristik pelanggan Padang adalah masalah utama. Namun, Telkomsel berhasil mengoptimalkan potensi pemasaran digital untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggunakan pendekatan yang terstruktur dan fleksibel.
5. Untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas *social media marketing* di masa depan, Telkomsel Padang perlu memperkuat kapabilitas analitik data, mengembangkan integritas *omnichannel* yang lebih mulus, dan terus mengeksplorasi format konten inovatif serta teknologi yang relevan dengan *audiens*.
6. PT Telkomsel Kota Padang menggunakan *social media marketing* untuk mempromosikan *brand* dan meningkatkan daya saingnya dalam persaingan industri telekomunikasi yang semakin ketat.

5.2. Saran

1. Perusahaan dapat menghasilkan dan mengembangkan konten yang mengandung lebih banyak informasi dan informasi menarik tentang produk dan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat sekitar Padang.
2. Perusahaan Telkomsel juga harus melakukan evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran media sosial mereka untuk menyesuaikannya dengan tren dan permintaan konsumen yang berubah di internet.

3. Perusahaan Telkomsel dapat menyediakan fasilitas dan informasi terkait produk yang lengkap dan beragam untuk membantu pengelolaan dan pengembangan konten promosi pada media sosial.
4. Agar hubungan dengan pelanggan Kota Padang semakin kuat, tingkatkan pembuatan konten yang mengangkat bahasa, budaya, dan masalah lokal.
5. Tingkatkan interaksi dua arah dengan pelanggan di media sosial untuk menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan dengan menjawab pertanyaan, keluhan, dan saran.
6. Lakukan evaluasi terstruktur terhadap strategi *social media marketing* yang digunakan dan sesuaikan strategi untuk memenuhi kebutuhan target pasar dan tren digital yang berkembang.

