

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai implementasi sosial media marketing CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok melalui sosial media instagram pada program akhir tahun 2023 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok mengaplikasikan teori AIDDA dalam mengimplementasikan sosial media marketing melalui sosial media instagram pada akun @padanggadget_solok. Strategi produksi konten yang digunakan oleh CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok adalah menggunakan pilihan tampilan dan konten yang sesuai dengan target pasar dan menggunakan narasi yang konsisten pada setiap konten.
2. Strategi produksi konten yang digunakan oleh CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok diinfiltrasi ke dalam setiap tahapan sosial media marketing berdasarkan teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Pada masing-masing tahapan, CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok menggunakan strategi yang tepat sasaran dan efektif melalui pemanfaatan berbagai fitur dan jenis konten sosial media Instagram seperti foto, video, reels, cerita (*story*), siaran langsung (*live streaming*), dan pesan langsung (*direct message*).
3. Implementasi sosial media marketing CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok diukur melalui data penjualan berdasarkan jumlah produk yang terjual dan berdasarkan jumlah omset serta melalui data *insight* sosial media Instagram. Pada program akhir tahun 2023, strategi implementasi sosial media marketing CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok berhasil menunjukkan hasil yang positif. Hal ini dilihat dari peningkatan penjualan dan peningkatan *insight* sosial media Instagram @padanggadget_solok.
4. Hambatan yang dihadapi oleh CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok dalam mengimplementasikan sosial media marketing adalah pengelolaan

jadwal pembuatan konten. Upaya yang dilakukan CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok guna mengatasi hambatan ini adalah mengatur jadwal dengan para FL dan konten kreator di waktu lainnya atau di waktu-waktu ketika pelanggan tidak terlalu ramai.

5. Strategi implementasi sosial media marketing CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok selalu dievaluasi pada setiap akhir bulan atau setiap program. Evaluasi yang dilakukan menjadi gambaran dan/atau strategi implementasi sosial media marketing pada program atau bulan berikutnya.

5.2. Saran

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai implementasi sosial media marketing CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok melalui sosial media instagram pada program akhir tahun 2023, peneliti memberikan masukan dan saran sebagai berikut :

1. CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok perlu melakukan penambahan sumber daya manusia (SDM) untuk *talent content*, dengan spesifikasi SDM yang ahli di bidang *talent content creator*, sehingga hambatan seperti sulitnya mengatur jadwal produksi konten dapat dihindari.
2. CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok perlu terus menjaga kualitas konten dengan mempertahankan ciri khas pada gambar/desain, warna, narasi, dan musik/suara, serta perlu bekerja sama dengan beberapa *influencer* agar bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas konten pada sosial media Instagram @padanggadget_solok guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar CV. Padang Gadget Indonesia cabang Solok.