

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Strategi media sosial marketing yang dilakukan Instagram @menembusgarisbatas dalam meningkatkan pembelian Buku Menembus Garis Batas, terbagi menjadi lima. Pertama, terdapat perencanaan yang dilakukan melalui *editorial plan* dengan menggunakan *google slides* yang dibuat sebelum pergantian bulan Kedua, menentukan konten yang sesuai dengan target audiens didasarkan pada tiga hal, yaitu *insight* Instagram, konten kekinian, dan penetapan umur target audiens. Ketiga, penulis menemukan pelaksanaan strategi dalam implementasi yaitu tidak menyajikan konten penjualan secara terus – menerus agar audiens tidak merasa bosan dan tertarik. Keempat, pengevaluasian yang dilakukan dengan cara sebelum dan sesudah konten diunggah. Kelima, yang terakhir adalah strategi untuk membangun ketertarikan konten dengan cara melakukan konten promosi dengan frekuensi yang tidak terlalu sering agar tidak monoton dan menyampaikan konten yang menarik.
2. Isi konten penjualan dalam akun Instagram @menembusgarisbatas juga terdapat beberapa strategi. Pada konten penjualan menentukan jenis konten sebagai strategi agar dapat memberikan ketertarikan serta informasi. Hal ini dilakukan dengan cara membuat konten penjualan yang bersifat persuasif, informatif, interaktif, serta hiburan. Strategi selanjutnya dalam proses membuat konten penjualan adalah dengan cara melalui diskusi. Kemudian dalam membuat konten penjualan perlu adanya strategi untuk mengoptimalkan interaksi dengan audiens dengan cara membuat konten yang menarik, melakukan *aftersales*, dan menjalin hubungan melalui *direct message* Instagram (DM), komentar, dan Instagram story. Selain itu, penulis mendapatkan temuan lain pada hasil penelitian ini bahwa terdapat strategi kolaborasi untuk dapat meningkatkan pembelian. Beberapa kolaborasi yang

dimiliki Menembus Garis Batas berhubungan pada sosial masyarakat. Terakhir terdapat strategi dalam penyusunan pesan konten penjualan agar bisa menarik perhatian audiens, yaitu dilakukan dengan cara membuat *caption* dan konten *quotes* yang menyetuh. Serta pada video *editor* juga memakai gaya editan dengan *call to action* (CTA) untuk menarik perhatian.

5.2 Saran

5.1.1 Saran Akademis

Penulis menyadari adanya keterbatasan pembahasan dalam penelitian ini, penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran media sosial di platform Instagram saja. Maka dari itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi platform Instagram untuk melihat memberikan gambaran lebih lanjut mengenai strategi media sosial marketing Instagram untuk kesadaran merek dari Buku Menembus Garis Batas. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai kesadaran merek pada konsumen.

5.1.2 Saran Praktis

Penulis berharap pada pengelola media sosial yang dapat memperhatikan lebih mengenai strategi yang digunakan dalam suatu merek dari produk khususnya buku. Banyaknya tantangan dalam penjualan buku konvensional di era digitalisasi ini yang di mana buku juga sudah mulai beralih digital menjadi *e-book*. Maka dari itu, perlu adanya strategi yang lebih diperhatikan untuk meningkatkan pembelian buku. Berkaca pada strategi media sosial marketing yang digunakan Instagram @menembusgarisbatas yang memiliki strategi perencanaan, penentuan target audiens, pelaksanaan implementasi konten, melakukan pengevaluasian, dan meningkatkan ketertarikan konten.