

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dengan judul “Penggunaan Social Media Marketing Instagram @tvmuhammadiyah Dalam Membangun *Customer Engagement*” sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1) Penggunaan Social Media Marketing di Instagram @tvmuhammadiyah  
Dari online communities belum tercipta di tvMu, hanya komunitas yang terbentuk dari Muhammadiyah, bukan dari Tvmu itu sendiri. Untuk interaction bisa dibilang kurang, karena interaksi yang terjadi antara Instagram tvmu dengan audiens sangat minim. Untuk sharing content dapat dibilang sudah terlaksana karena dari konten penting seperti hari besar dan tanggal serta pelaksanaan kegiatan banyak dari audiens yang menyebarkannya lagi kepada yang lain. Accessibility sudah sangat bagus karena Instagram tvmu sudah bisa dengan mudah ditemukan di pencarian dan tidak memerlukan uang untuk mengaksesnya. Kredibilitas tvmu tentunya tidak diragukan lagi karena sudah ada kode etik dan melalui crosscheck sehingga konten yang disebarakan dapat dipercaya. Instagram tvMu menggunakan strategi social media marketing seperti dengan mengubah tampilan (look) feed Instagram mereka agar lebih menarik, pembuatan konten-konten yang menarik, menjadwalkan jam upload konten agar konsisten, menggunakan bahasa yang jelas dan mudah di pahami oleh audiens dalam caption maupun isi konten. Upload konten yang berbeda di setiap minggunya agar tidak monoton, menarik perhatian audiens dengan merekrut talent baru kaum Gen Z agar dapat membuat konten yang santai namun tetap mengedukasi dan tidak menghilangkan unsur Islami dari Muhammadiyah.

2) Cara akun @tvmuhammdiyah dalam membangun *customer engagement* Melalukan interaksi dengan audiens (*followers*) di social media, melalui konten yang disebar, seperti di kolom komentar terjadinya diskusi, saran serta kritik yang nantinya dapat membangun akun Instagram tvMu agar lebih baik lagi dari sebelumnya. Serta merespon pesan di direct message (DM) yang audiens ajukan kepada tvMu sehingga dengan hal itu audiens akan merasa puas dan tercukupi oleh informasi yang disebar oleh tvMu. Lalu dengan mengemas konten semenarik mungkin agar kaum muda maupun kaum yang sudah berumur mau memberikan respon atau feedback dari konten yang sudah disebar. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi tvMu untuk dapat membuat audiens dengan suka rela memberikan like, komentar bahkan menyebarkan konten yang tvMu buat.

3) Faktor pendukung dan penghambat dalam membangun *customer engagement*

Faktor pendukung terbentuknya customer engagement dilihat dari verified akun instagaram tvMu. lalu tvMu juga hadir di pertelevisian kurang lebih banyak yang mengetahui tvMu dari televisi dan mencarinya di Instagram. Kalangan Muhammadiyah telah banyak yang mengakses tvMu, lalu hubungan kampus dengan tvMu juga cukup erat yang membuat kalangan mahasiswa mengetahuinya, lalu tokoh Muhammadiyah seperti Ustad Adi Hidayat menjadi penarik bagi tvMu untuk menarik customer engagement. Faktor penghambat dalam membangun *customer engagement* di Instagram tvMu adalah keterbatasan tvMu dalam membuat dan menyebarkan konten. Tidak semua informasi dapat tvMu sebar seperti halnya media lain, contohnya seperti konten yang mengenai ibadah, karena tvMu mempunyai manhaj maka dalam pembuatan konten harus sesuai dengan tarjih yang digariskan oleh organisasi Muhammadiyah, hal tersebut menjadikan informasi yang di sebar oleh tvMu terbatas. Dan hanya diterima oleh kalangan Muhammadiyah saja. Konten tvMu harus

mendidik, biasanya konten yang mengedukasi cenderung enggan dilirik oleh masyarakat.

## **5.2. Saran**

Penggunaan *social media marketing* di Instagram @tvmuhammadiyah sebenarnya sudah dilakukan berdasarkan teori, namun belum membuahkan hasil. Karena dari beberapa strategi *social media marketing* yang tvMu gunakan sudah membuat beberapa audiens merasa tertarik terlebih dengan menggaet talent baru tersebut. Namun, dari segi keterlibatan pelanggan masih kurang, karena yang berkomentar hanya dari orang-orang yang mengenal talent tersebut, tidak merujuk pada isi konten yang disebar. Untuk itu saran bagi akun tvMu agar membuat konten yang lebih bervariasi dan lebih santai, modern namun tetap dapat unsur islaminya.

Untuk konten sebelumnya yang saya lihat di akun Instagram tvMu ada beberapa konten tentang lelucon-lelucon orang Muhammadiyah, mungkin hal itu bisa dibuat lagi untuk menarik perhatian kaum berumur di tvMu, untuk kaum mudanya tvMu perlu melakukan giveaway, hiburan, serta menggaet tokoh ustadz muda di Muhammadiyah agar dapat memberi warna baru bagi Instagram tvMu. Karena terkadang pemikiran kaum berumur dengan anak Gen Z tidak sejalan, maka dari itu perlunya mencari talent keagamaan yang dapat masuk ke pemikiran kaum generasi muda.