

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil pembahasan mengenai strategi *social media marketing* dalam membangun engagement USS Feed, kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi *Social media marketing*

Semua unsur dari strategi *social media marketing* yang meliputi: tujuan bisnis, target audiens, analisis sosial, perencanaan dan ide besar, integrasi humas – periklanan-media sosial, dan implementasi platform sudah terangkum dalam penerapan strategi *social media marketing*, artinya strategi yang diterapkan oleh USS Feed sudah mengakomodasi semua unsur dari strategi social media. Tanggapan dari pakar social media perihal unsur-unsur social media juga bersifat mendukung penerapan strategi *social media marketing* oleh USS Feed.

2. *Social Media Engagement*

*Social media engagement* terdiri dari enam unsur yang digunakan untuk mengukur seberapa tinggi *social media engagement* publik terhadap konten-konten yang diunggah dalam kanal USS Feed. Kesimpulan dari masing-masing unsur adalah sebagai berikut: *The content resonates with them* meskipun demikian, tidak setiap konten memiliki kemampuan menggerakkan emosi publik dengan kemampuan yang sama karena tema pada setiap konten berbeda-beda. *Follower* dari USS Feed membenarkan bahwa terdapat sejumlah konten USS Feed yang mampu menggerakkan publik secara emosi.

*Originates from a source the trust*, berdasarkan tanggapan informan dari internal USS Feed bahwa sumber yang umum digunakan oleh USS Feed adalah Twitter, portal berita Antara, dan FFP. Secara berkala USS Feed juga tidak lapangan untuk mendapatkan berita dari sumber utama. *Follower* memiliki kepercayaan terhadap sumber yang digunakan oleh USS Feed dalam mengunggah setiap konten. *Reflect something about themselves* penggunaan bahasa yang

mudah dipahami oleh banyak orang, dan cara penyampaian yang “gaul” menjadi salah satu ciri khas yang dikuatkan oleh USS Feed. konten-konten USS Feed adalah konten yang diunggah selalu *relate* dengan *followers*nya.

*The content puts them in-the-know* jadwal unggah dari konten-konten USS Feed bisa mencapai minimal 9 kali unggahan setiap hari, artinya semua berita yang dimuat adalah berita yang masih *up to date*. *follower* memiliki tanggapan bahwa terkadang sebuah kejadian baru dua jam terjadi namun USS Feed sudah mengunggah konten-nya. *Other respond*, cara yang dilakukan diantaranya dengan memberikan topik berita dan pancingan maupun dengan membuat satu pertanyaan yang berkaitan dengan konten. Tanggapan informan dari *followers* USS Feed bersifat mendukung.

*You respond*, USS Feed juga memposisikan perusahaan ini sebagai “personal” sehingga akan bisa terjalin interaksi dengan publik. Membuat konten yang *relate* menyebabkan publik memiliki kepedulian terhadap konten-konten yang diunggah USS Feed. *You give perks*, USS Feed menyatakan jarang menggunakan semacam hadiah-hadiah untuk publik. Informan yang berasal dari *followers* juga membenarkan bahwa memang pernah USS Feed menggunakan semacam hadiah untuk meningkatkan *engagement* publik namun sangat jarang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan penelitian, maka saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. USS Feed berusaha untuk menjaga keterkinian berita dengan kemampuan menayangkan minimal 9 kali unggahan dalam satu hari. Sisi lainnya dari frekuensi unggahan yang tinggi tersebut adalah perihal sumber informasi, untuk itu, saran yang diajukan sebaiknya sumber informasi yang akurat tetap menjadi orientasi dari USS Feed dalam membuat konten-konten berita sehingga semua konten mendapatkan kepercayaan tinggi dari publik.
2. Hasil kesimpulan menjelaskan bahwa sumber-sumber yang digunakan USS Feed umumnya adalah portal berita, dan jarang yang bersumber dari sumber utama yaitu pihak yang terlibat dalam kejadian. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa sebaiknya sumber pertama menjadi orientasi pertama dari USS Feed dalam membuat konten. Hal ini berhubungan dengan kemampuan untuk menampilkan sisi pandang yang berbeda dari konten lainnya. Jika USS

Feed mengandalkan sumber dari portal berita maka USS Feed memiliki keterbatasan untuk menggali lebih dalam mengenai masalah yang diungkap dalam konten sehingga sulit untuk menampilkan sisi pandang berbeda.

3. Hasil kesimpulan untuk unsur “*You give perks*” ternyata USS Feed terpaku pada hadiah-hadiah secara fisik atau finansial sehingga jarang dilakukan. Saran yang diajukan dalam hal ini yaitu “*You give perks*” dipahami sebagai bentuk apresiasi untuk publik atas kepedulian terhadap konten-konten. Sebaiknya USS Feed setiap periode misalnya bulanan memilih *followers* yang dinilai aktif dan mendapatkan apresiasi, misalnya ikut tayangan video ketika melibatkan figur publik seperti artis dan lainnya. Bentuk apresiasi ini dimungkinkan mampu menarik perhatian publik khususnya generasi Z untuk ikut lebih aktif dalam menanggapi konten-konten USS Feed.