

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Strategi sosial media marketing ENS menggunakan 3 elemen yakni, pertama meletakkan kerangka dasar percakapan, dengan memiliki tujuan memberikan pelajaran kepada orang daerah yang ingin tes masuk STAN dengan membuat konten trivia,tips,info terbaru STAN, dengan target audiens anak SMA, SMK atau MAN kelas 3 dan analisa sosial dengan melihat followers, like, comment di sosial media yang berhubungan tentang STAN serta membuat webinar gratis di berbagai wilayah untuk melihat berapa banyak peserta yang minat masuk STAN, berapa umurnya, berapa laki-laki perempuannya. Yang kedua membuat perbaikan dan memulai percakapan, dengan ide besar total peserta yang lulus tes masuk ke STAN, lebih dari 50 persennya itu dari murid-murid bimbel ENS, dan memiliki kisah inspiratif yaitu anak yang miskin dan anak yang nakal bisa lulus tes masuk ke STAN dengan membuat konten di sosial media. Yang ke tiga mengintegrasikan pemasaran, periklanan dan hubungan masyarakat dengan media sosial, belum maksimal karena tidak diintegrasikan dengan hubungan masyarakat (*public relations*) sementara yang diintegrasikan adalah dengan pemasaran dan *advertising*.

B. SARAN

Saran berdasarkan hasil penelitian yang di temukan bahwa;

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Strategi sosial media marketing Bimbel ENS. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang Strategi sosial media marketing Bimbel STAN(melakukan penelitian) maka perlu modifikasi variabel-variabel independent sehingga akan lebih objektif dan bervariasi dalam melakukan penelitian.

2. Bagi Bimbel ENS, sebagai acuan dalam membuat strategi sosial media marketing guna membuat anak-anak yang tinggal di daerah mendapatkan ilmu atau cara agar bisa di terima di STAN. Semoga saran ini dapat di implemtasikan ke Bimbel ENS untuk perkembangan bisnisnya ke depan.