

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti uraikan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Kasoem Hearing Center melalui Instagram @kasoemhearingcenter, peneliti menemukan beberapa kesimpulan yaitu:

Pertama, PT Kasoem Hearing Center menekankan pentingnya konsistensi merek melalui konten di Instagram dengan menggunakan *brand guideline* yang sudah diterapkan oleh perusahaan, seperti logo, *font*, warna, *caption*, tipografi dan kualitas konten. hal ini diterapkan untuk dapat membangun hubungan visual yang kuat dengan para audiens Instagram.

Kedua, PT Kasoem Hearing Center memiliki keunggulan terhadap konsistensi dalam menggaungkan pesan-pesan edukatif dan informatif melalui konten media sosial Instagram yang pada akhirnya membedakan PT kasoem Hearing Center dengan kompetitor lainnya.

Ketiga, PT Kasoem Hearing Center memiliki sistem tersendiri untuk memastikan *quick response* terhadap *Direct Message* (DM) atau komentar Instagram dengan menghadirkan tim *Customer Experience* untuk dapat berkomunikasi dua arah dengan audiens dalam meningkatkan *engagement* dan kepercayaan audiens.

Keempat, berkolaborasi dengan KOL dalam menunjang jangkauan audiens, PT Kasoem Hearing Center menggunakan KOL mikro dalam strateginya karena PT Kasoem Hearing Center merasa KOL mikro merupakan pilihan yang tepat

dibandingkan bekerja sama dengan KOL makro atau *Influencer* dalam meraih *engagement* audiens, tentunya dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan KOL makro.

## 5.2 Saran

Berikut saran yang dapat peneliti sampaikan terkait penelitian ini serta kemajuan bidang komunikasi pemasaran secara keseluruhan dengan berbagai berikut:

### 1. Secara akademis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat berkontribusi dan bermanfaat bagi peneliti lain yang meneliti teori serupa. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap strategi *Social Media Marketing*, teori *The Circular Model of SoMe*, serta teori 4C oleh Chris Heuer dapat diteliti secara rinci lagi, khususnya penelitian terhadap sosial media Instagram.

### 2. Secara Praktis

Adapun saran yang peneliti dapat berikan kepada PT Kasoem Hearing Center dalam strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media Instagram.

Pertama, Menambah konsep reels baru dengan konsep interaksi singkat seperti *podcast* berkaitan dengan seputar perusahaan, dunia pendengaran, dan lain sebagainya agar dapat memberikan warna baru terhadap konten Instagram PT Kasoem Hearing Center dalam meningkatkan *engagement* audiens.

Kedua, sering melibatkan pengguna atau klien PT Kasoem Hearing Center dalam pembuatan konten agar mendapatkan perhatian lebih dan kepercayaan audiens.