

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan proyek *content creator* pada Parissa Fashion, strategi konten media sosial yang dirancang dan diterapkan telah membantu mendukung kegiatan pemasaran digital serta meningkatkan peluang penjualan produk. Strategi tersebut dilakukan melalui penyusunan *content pillar* yang mencakup konten promosi, edukasi, informasi, dan interaksi, kemudian dijadwalkan secara teratur melalui *content planner*. Pemilihan platform Instagram, TikTok, dan Facebook juga disesuaikan dengan karakteristik audiens masing-masing sehingga penyampaian informasi produk menjadi lebih efektif. Dengan strategi yang lebih terarah, media sosial tidak hanya digunakan untuk mengunggah produk, tetapi juga menjadi sarana membangun brand awareness dan mendorong minat beli konsumen.

Dalam proses perancangan konten, *content creator* melakukan beberapa langkah penting mulai dari brainstorming ide, menentukan konsep konten, hingga produksi foto dan video. Konten dibuat dengan memperhatikan kualitas visual, dan kesesuaian dengan identitas brand agar tampil lebih menarik dan profesional. Selain itu, caption, hashtag, dan *call to action* juga disusun untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Pemanfaatan fitur interaktif seperti *live streaming*, komentar, dan *direct message* turut membantu membangun komunikasi dua arah dengan calon pembeli sehingga audiens merasa lebih dekat dan percaya terhadap brand Parissa Fashion.

Hasil penerapan strategi konten menunjukkan adanya dampak positif terhadap perkembangan akun media sosial Parissa Fashion. Hal ini terlihat dari meningkatnya interaksi audiens, seperti *like*, komentar, dan share, serta bertambahnya jumlah pengikut di media sosial. Konten yang lebih variatif dan konsisten, ditambah dengan penggunaan fitur seperti *live streaming* dan keranjang kuning di TikTok, membantu memperluas jangkauan promosi dan mempermudah proses pembelian produk. Kondisi tersebut memberikan kontribusi terhadap peningkatan peluang penjualan dan membantu membuat aktivitas pemasaran Parissa Fashion menjadi lebih efektif dan terarah.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Pelaku UMKM

a) **Konsistensi dalam Pengelolaan Konten Media Sosial**

Pelaku UMKM perlu menjaga konsistensi dalam mengunggah konten agar akun media sosial tetap aktif dan terlihat profesional. Konsistensi ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan audiens serta membangun kebiasaan interaksi yang lebih stabil.

b) **Penyesuaian Konten dengan Tren dan Kebutuhan Audiens**

Konten yang dibuat sebaiknya mengikuti tren yang sedang berkembang serta disesuaikan dengan preferensi target pasar. Dengan memahami kebutuhan audiens, konten yang dihasilkan akan lebih relevan dan berpotensi meningkatkan ketertarikan serta *engagement*.

c) **Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Interaksi, Bukan Hanya Promosi**

Media sosial tidak hanya digunakan untuk menampilkan produk, tetapi juga sebagai ruang untuk komunikasi dengan audiens. Interaksi melalui komentar, pesan langsung, maupun *live streaming* dapat membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

5.2.2 Saran untuk Pengembangan Selanjutnya

a) Penguatan Strategi Pemasaran Digital yang Lebih Terarah

Pengembangan selanjutnya perlu lebih menekankan pada penyusunan strategi yang terintegritas, mulai dari perencanaan konten hingga evaluasi hasil. Hal ini bertujuan agar aktivitas pemasaran tidak berjalan secara acak, tetapi memiliki arah yang jelas.

b) Pengembangan Pemanfaatan Fitur dan Tools Digital

Penggunaan tools seperti analisis *insight*, pengelolaan konten, serta fitur iklan berbayar perlu ditingkatkan agar strategi yang dijalankan lebih efektif. Pemanfaatan teknologi ini dapat membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

c) Perluasan Cakupan Penelitian dan Objek Studi

Proyek selanjutnya dapat mengembangkan objek yang lebih luas, tidak hanya pada satu UMKM, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait efektivitas strategi media sosial dalam meningkatkan penjualan.