

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran ‘Rider Needs’ melalui media sosial Instagram, kesimpulan yang dapat diambil adalah strategi yang ada seperti penggunaan konten yang relevan dan menarik, seperti gambar dan video yang berkaitan dengan sepeda motor, memiliki dampak positif pada keterlibatan audiens. Konten yang dirancang dengan baik dapat menarik perhatian pengendara sepeda motor dan memotivasi audiens untuk berinteraksi dengan merek juga strategi *engagement* yang di dalamnya melibatkan audiens melalui kuis, polling, dan kontes terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi. Penggunaan fitur Instagram seperti stories dan reels juga berkontribusi pada peningkatan keterlibatan. Berikut merupakan tantangan, kendala, serta peluang dalam pemasaran ‘Riders Needs’ melalui media social Instagram:

1. Tantangan dan Kendala:

Tantangan dan kendala terdapat pada ketidaksesuaian konten dalam kebutuhan untuk menyesuaikan konten dengan preferensi dan minat audiens target agar lebih resonan dan efektif. Konten yang kurang relevan atau terlalu generik tidak mendapatkan perhatian yang diharapkan.

2. Peluang untuk Perbaikan:

- Penyesuaian Strategi Konten: Menyusun strategi konten yang lebih beragam dan spesifik untuk audiens target dapat meningkatkan keterlibatan. Konten harus didasarkan pada analisis data dan umpan balik audiens.
- Peningkatan Penggunaan Hashtags: Memanfaatkan hashtags yang lebih spesifik dan relevan dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten. Penelitian tentang hashtags yang paling efektif dapat memberikan hasil yang lebih baik.

#### **B. Saran**

Untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran ‘Rider Needs’ melalui media sosial Instagram, beberapa saran berikut dapat dipertimbangkan:

1. Pengembangan Konten yang Lebih Terfokus:

- Segmentasi Audiens: Menggunakan data demografis dan psikografis untuk mengembangkan konten yang lebih spesifik dan sesuai dengan preferensi

audiens. Melakukan analisis mendalam tentang apa yang paling menarik bagi pengendara sepeda motor.

- Variasi Konten: Menggunakan berbagai format konten, seperti video tutorial, ulasan produk, dan cerita pengguna untuk menjaga minat audiens. Konten yang edukatif dan menghibur akan meningkatkan keterlibatan.

2. Penerapan Teknik Engagement yang Lebih Inovatif:

- Kampanye Interaktif: Menciptakan kampanye yang memungkinkan audiens berpartisipasi secara aktif, seperti challenge atau kompetisi yang relevan dengan minat mereka.
- Responsif terhadap Feedback: Menanggapi komentar dan pesan dari audiens secara aktif untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas.

3. Optimalisasi Penggunaan Hashtags dan Tagging:

- Penelitian Hashtags: Mengidentifikasi dan menggunakan hashtags yang relevan dan populer di kalangan audiens target. Menghindari penggunaan hashtags yang terlalu umum untuk memastikan jangkauan yang lebih terfokus.
- Strategi Tagging: Menggunakan tagging secara strategis untuk meningkatkan visibilitas dan menciptakan keterhubungan dengan akun lain atau pengguna yang relevan.

4. Kolaborasi Strategis dengan Influencer:

- Seleksi Influencer: Memilih influencer yang memiliki audiens yang relevan dan pengaruh yang signifikan dalam komunitas pengendara sepeda motor. Melibatkan influencer yang memiliki otoritas dan reputasi yang baik di bidangnya.
- Rencana Kolaborasi yang Jelas: Menyusun rencana kolaborasi yang terstruktur dengan tujuan yang jelas dan metrik yang dapat diukur untuk mengevaluasi penggunaan kampanye.

5. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja:

Melakukan evaluasi berkala terhadap hasil kampanye dan melakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh. Menyusun laporan yang komprehensif untuk memahami kekuatan dan kelemahan strategi yang diterapkan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, ‘Rider Needs’ dapat meningkatkan strategi komunikasi pemasaran mereka di Instagram, menjangkau audiens target secara lebih efektif, dan mencapai hasil kampanye yang lebih baik.

