

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada penelitian yang telah dilakukan dengan menganalisis penerapan strategi konten Instagram Bloomka dalam membangun *brand engagement*, memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Konten yang memberikan *engagement* yang tinggi adalah konten yang menyentuh emosional seseorang seperti *campaign* “*Let Them See*” yang menampilkan *insecurities*.
2. Bloomka menggunakan strategi CTA (*call to action*) pada *copywriting* untuk menciptakan interaksi dengan konsumen.
3. Sikap transparan, responsif serta *value friendly* dan *fun* menjadi salah satu strategi Bloomka untuk membangun serta mempertahankan *engagement*.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran guna penelitian berikutnya, peneliti mengharapkan kedepannya semakin banyak dilakukan penelitian mengenai strategi konten pada Instagram dalam menciptakan *brand engagement* tidak hanya pada Instagram tetapi juga media sosial lainnya seperti Twitter, guna menambah kekayaan informasi dalam dunia media sosial. Selain itu, diharapkan semakin banyak penelitian mengenai strategi konten dan *brand engagement* dengan metode penelitian kualitatif.

5.2.2 Saran Praktis

Saran bagi Bloomka bisa menambahkan kegiatan lain seperti Bloomers atau Secret Agent *take over* Instagram story Bloomka dan bisa mempertahankan konten yang bersifat *soft selling* pada Instagram *feeds* dan interaktif untuk meningkatkan *engagement*. Selain itu Bloomka juga dapat membuat laporan mengenai total *engagement* setiap unggahan secara *daily*, *weekly* dan atau *monthly*.

