

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Aktivitas *digital marketing* di Ciputra Golf Surabaya sangat membantu perusahaan untuk dapat meningkatkan *awareness* maupun *product promotion*. Dalam kegiatan pemasarannya menggunakan media digital dapat membuat pemasaran yang lebih luas dan menjangkau pelanggan yang baru. Perpaduan ilmu komunikasi pemasaran yang berorientasi pada konsumen serta penerapannya dalam media digital menjadi strategi promosi yang efektif.

Melalui kegiatan *digital marketing*, penulis menyadari bahwa perlu perencanaan konten yang baik berdasarkan karakteristik dari tiap aplikasi. Maka perlu juga mengetahui cara *treatment* dalam mengemas konten dari tiap aplikasi. Selain itu, konten juga dilihat dari tipe dan jenisnya yang juga akan memengaruhi dalam pengemasan visual dan konsistensi dalam pengunggahan konten. Penulis juga belajar selalu terkait dengan tipe pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui berdiskusi bersama dengan *staff marketing communication*. Hal ini untuk menyelaraskan bentuk-bentuk konten seperti apa yang ingin dikomunikasikan kepada target audiens yang dituju. Selain itu, teori bisa disesuaikan dalam pengaplikasiannya sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun tingkat efektivitas dari konten yang dibuat. Teori berperan sebagai pedoman yang fleksibel dan aplikatif dalam penerapannya.

IV.2 Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat, selama melakukan kerja praktik adapun berikut beberapa saran dari penulis untuk Ciputra Golf Surabaya adalah:

1. Perlu adanya strategi *content planning* yang lebih detail dan spesifik terkait setiap konten di media sosial baik Instagram maupun Tiktok.
2. Perlu adanya evaluasi bulanan terkait *engagement rate* secara menyeluruh di media sosial Ciputra Golf Surabaya sebagai pedoman *content planning* di bulan berikutnya dan memahami target audiens.
3. Mengikuti *trend* dari cara pengemasan konten terutama di aplikasi Tiktok agar tidak kehilangan momen dari trend tersebut
4. Mempertimbangkan untuk bekerjasama dengan KOL (*Key Opinion Leader*) untuk membantu *engagement* dan meningkatkan *awareness* dari Ciputra Golf Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10th ed.).
- Chaffey, D. & C. F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, Practice* (6th ed.). Pearson. www.pearson.com/uk
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (Sixth). Pearson Education Limited.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing: A Practical Approach* (Third). Routledge.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications discovery, creation and conversations* (Seventh). Pearson Education Limited.
- Hasri, D. (2021). *Digital Marketing Black Box Konsep Dasar: Strategi dan Implementasi* (Rose de Lima, Ed.). Kanisius.