

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam metode *Digital Marketing* menggunakan skala sebagai berikut :

- < 30% = sangat kurang
- 31% - 50% = kurang
- 51% - 70% = cukup
- 70% - 90% = baik
- > 90% = sangat baik

Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan :

- Kesimpulan dari penelitian ini penggunaan *wordpress* sebagai platform pengembangan *website* sudah sesuai dengan *plugin-plugin* yang dapat menolong pengembangan *website*.
- Pengimplementasian metode *Search Engine Optimization* telah dilakukan.

Dengan pemasangan target sebanyak :

- 100 user,
- 150 sesi,
- 300 tayangan halaman, dan
- Rasio pantulan < 50%

selama proses *Digital Marketing*, telah didapatkan :

- 99 user (99%)
- 173 sesi (115,33%)
- 327 tayangan halaman (109%)
- Rasio pantulan 68,79% (31,21%)

Didapatkan persentase hasil dari metode *Search Engine Optimization* adalah 88,6% (baik).

- Pengimplementasian metode *Social Media Marketing* sudah dilakukan dengan baik dan menghasilkan *audience* terbanyak. Implementasi

menggunakan media sosial Facebook dan Instagram. Dengan pemasangan target sebanyak :

a) Facebook

- Like = 50
- Follow = 50
- Tindakan di halaman = 1
- Interaksi = 50

Telah didapatkan :

- Like = 40 (80%)
- Follow = 40 (80%)
- Tindakan di halaman = 2 (200%)
- Interaksi = 66 (132%)

Didapatkan persentase hasil implementasi di Facebook sebesar 123% (sangat baik).

b) Instagram

- Posts = 120
- Followers = 500
- Reach per minggu = 150
- Impression per minggu = 800

Telah didapatkan :

- Posts = 121 (100,83%)
- Followers = 522 (104,4%)
- Reach per minggu = 263 (175,3%)
- Impressions per minggu = 1.108 (138,5%)

Didapatkan persentase hasil implementasi di Instagram sebesar 130% (sangat baik).

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa rata-rata persentase dari kedua media sosial tersebut adalah 127% (sangat baik). Penyampaian informasi kepada calon customer dapat dilakukan di *website* dan media sosial.

- Pengimplementasian *Content Marketing* sudah dilakukan dengan memposting konten sebanyak 12 posts.

- Implementasi dari *Email Marketing* sangat kurang efektif untuk dilakukan kepada *target customer* dengan 10 user yang membuka email dari 44 user yang menerima (22,7%). Tidak ada yang merespon promo reservasi *Clickzone Photobooth* melewati *Email Marketing*. *Email Marketing* akan lebih efektif jika desain email dibuat dengan menarik dan jelas, serta terintegrasi dengan *website* dan media sosial yang digunakan sebagai sarana *Digital Marketing*.
- *Google Analytics* digunakan untuk memantau *website*, sedangkan *Insights* dari *Instagram* dan *Facebook* digunakan untuk memantau media sosial yang digunakan *Clickzone Photobooth*.
- Kegiatan *Digital Marketing* dapat membantu meningkatkan *brand awareness/exposure* kepada masyarakat dan calon pemakai jasa jika dilaksanakan secara terjadwal dan teratur, serta menarik dan tertuju kepada *audience*.

5.2 Saran

Saran untuk kedepannya yaitu perbanyak lagi komunikasi yang jelas dari pihak usaha dan *digital marketer*, agar tidak terjadi kesalahpahaman. Pembuatan konten harus lebih terjadwal dan teratur. Serta kegiatan *campaign* sebaiknya dilakukan pada saat yang tepat dan dengan konten yang tepat, agar mendapatkan hasil yang maksimal, serta tidak terkesan terburu-buru. Perlunya diadakan lebih banyak promo menarik merupakan salah satu faktor agar dapat menarik banyak *audience* dan meningkatkan *brand awareness/exposure Clickzone Photobooth* kepada masyarakat.