BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui implementasi konten marketing Thrshop dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Tahapan dari implementasi konten marketing Thrshop dimulai dari tahapan menyusun tujuan, pemetaan target pasar, penggagasan dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi konten, dan perbaikan konten marketing. Thrshop merasa bahwa tahapan yang paling susah yakni berada pada perencanaan dan ideasi konten. Terutama pada konten edukasi kosmetik. Hal ini memerlukan research mendalam terhadap kandungan-kandungan yang ada pada kosmetik tersebut agar thrshop tidak salah dalam memberikan pengetahuan

Tujuan Thrshop mengimplementasikan konten marketing yakni sebagai salah satu upaya nya dalam meningkatkan penjualanan melalui media sosial dan memperkenalkan thrshop untuk mendapatkan jangkauang yang lebih luas lagi. Thrshop menggunakan jumlah viewers impression pada instagramnya untuk mengetahui *Key Performance Indicator*. Kategorisasi konten yang selalu berhasil mendapatkan *impression* tinggi pada instagram yakni konten *entertaiment.*

Berdasarkan hasil penelitian, pelanggan thrshop sudah hampir memenuhi bentuk *customer engagement* atau keterlibatan pelanggan yang diantaranya melipti keterlibatan afektif, keterlibatan kognitif, dan keterlibatan perilaku. Pada keterlibatan afektif, konten marketing yang di implementasikan oleh thrshop terlihat masih terdapat pelanggan yang

Implementasi Konten.., Awilda Rizkyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

kurang puas dan antusias terhadap konten tersebut. Keterlibatan kognitif pelanggan thrshop dibuktikan dengan pelanggan yang dapat mengerti dan menyerap informasi yang diberikan didalam konten. Sedangkan keterlibatan perilaku dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang membagikan konten thrshop dan membicarakan thrshop bersama teman-teman lainnya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Thrshop

- Berdasarkan hasil penelitian, banyak respon pelanggan yang mengungkapkan keinginannya untuk Thrshop dapat membuat konten edukasi. Edukasi tidak hanya berupa konten mengenai kandungan yang ada pada kosmetik, namun Thrshop dapat membuat konten mengenai tips dan trick.
- Thrshop juga diharapkan dapat membuat *caption* yang lebih menarik melalui kalimat-kalimat persuasif agar audiens tertarik untuk membaca informasi yang disajikan untuk konten.
- Thrshop juga diharapkan untuk tidak hanya membuat konten yang sedang viral tanpa melihat apakah konten tersebut mudah dimengerti oleh audiens.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya agar dapat melihat lebih dalam dan memahami teori perencanaan konten marketing di bidang industri lainnya.