

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Proyek rancangan strategis pembuatan konten yang dibuat oleh Penulis dan *Squad Digital* untuk media sosial PT Pegadaian Area Malang dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang sebelumnya dialami serta dapat meningkatkan *brand image* bagi perusahaan. Proyek yang seluruhnya dilakukan oleh *Squad Digital* ini mulai dilakukan pengerjaannya pada 1 Agustus 2022 sampai 31 Januari 2023. Proyek yang dilakukan ini merupakan solusi penyelesaian dari permasalahan yang ditemukan Penulis dimana hal ini sebelumnya dialami oleh perusahaan. Pada tahapan identifikasi permasalahan ditemukan permasalahan yaitu belum dimilikinya strategi media sosial dalam memanfaatkannya sebagai media promosi perusahaan dengan adanya permasalahan ini perusahaan ingin apabila dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk perusahaan dapat diarahkan pada tujuan pengembangan produk lainnya terutama *concern* promosi produk lebih kepada produk non-gadai karena menurut deputi bisnis PT Pegadaian itu sudah seharusnya merubah *brand image* perusahaan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki produk gadai saja tetapi memiliki produk keuangan lainnya dengan tawaran yang lebih kompetitif serta menarik apabila dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Pada tahapan implementasi proyek Penulis bersama dengan *Squad Digital* sudah membuat rancangan strategis pembuatan konten untuk tujuan promosi perusahaan dengan memanfaatkan media sosial yang cukup membuat impresif

Deputi Bisnis dan Jajarannya dengan hasil menurut prediksi dapat cukup mengembangkan promosi media sosial Instagram PT Pegadaian Area Malang, namun saat proyek berjalan Rancangan Anggaran Biaya (*Budgeting*) yang dibuat dan diajukan masih belum mendapatkan *approve* hingga pelaksanaan magang selesai yang kian diperparah dengan mutasi pergantian jajaran pimpinan PT Pegadaian Area Malang sehingga pelaksanaan proyek sempat tidak memiliki arah jelas kelanjutannya.

Namun pada akhirnya proyek dapat berjalan dan tetap dilakukan dengan *Squad Digital* yang selalu mengupayakan kejelasan untuk keberlanjutan pelaksanaan proyek kepada *PIC (Person In Charge)* agar tetap dapat berjalan. Proyek rancangan strategis pembuatan konten dengan tujuan promosi produk perusahaan pada akun Instagram PT Pegadaian Area Malang dapat terlaksana dilakukan hingga waktu magang usai dilakukan meskipun dengan segala keterbatasan dan dengan memanfaatkan apa yang ada menjadi tetap dapat efektif dan efisien dalam menjalankan proyek ini dengan menghasilkan *engagement* yang cukup tinggi dengan mendapatkan pertumbuhan *followers* sebesar 824 hingga maret 2023, pertumbuhan jumlah *engagement* juga terjadi pada jumlah masyarakat (*audience*) yang ingin mengetahui informasi lebih lanjut dari produk PT Pegadaian Area Malang melalui fitur *direct message* pada media sosial Instagram dengan rata-rata 6 jumlah masyarakat (*audience*). Semua KPI yang telah ditentukan dapat tercapai dengan baik dan sesuai dengan *timeline* yang sudah ditentukan meskipun sempat terjadi kendala dan hambatan dalam pelaksanaan implemmentasi proyek yang sudah dirancang dan ditetapkan. Kegiatan proyek ini juga mendapatkan

apresiasi dan dukungan yang kuat dari Jajaran Pimpinan Terbaru PT Pegadaian Area Malang untuk keberlanjutan proyek ini karena dari proyek rancangan strategis pembuatan konten untuk tujuan promosi produk PT Pegadaian Area Malang yang dibuat mahasiswa magang Universitas Ma Chung ini dapat menjadi landasan strategi untuk pengembangan media sosial Instagram sebagai media promosi produk perusahaan di masa mendatang.

5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Proyek

Dalam pelaksanaan proyek, terdapat beberapa hal yang menjadi kendala dalam kelancaran pelaksanaan proyek, yaitu:

1. Terdapat gangguan dan hambatan pada proses pengajuan *Budgeting* (RAB) yang belum *approved* oleh Deputi Bisnis PT Pegadaian Area Malang sehingga dalam pelaksanaan proyek berlangsung tidak dapat menjalankan secara penuh rancangan strategis untuk pembuatan konten dengan tujuan promosi produk perusahaan melalui media sosial Instagram. Sehingga tim perlu menyesuaikan kembali dengan kondisi perusahaan dalam implemementasi rancangan strategis pembuatan konten yang sudah ditetapkan agar tetap tercapai *goals* dan KPI yang sudah ditetapkan dapat tercapai.
2. Terdapatnya pergantian jajaran kepemimpinan PT Pegadaian Area Malang yang berdampak pada pelaksanaan proyek rancangan strategis pembuatan konten yang sudah ditetapkan menjadi sempat terbengkalai dan tidak ada kejelasan dalam proses kelanjutannya akibat mulai berbedanya sudut pandang antara Pimpinan PT Pegadaian Area Malang

yang baru. Sehingga diperlukan pendekatan secara struktural dan intensif agar pelaksanaan proyek yang sudah ditetapkan dapat tetap berjalan.

5.3 Saran

Untuk perusahaan PT Pegadaian Area Malang diharapkan untuk dapat melanjutkan proyek rancangan strategis pembuatan konten yang sudah ditetapkan dan dijalankan sebelumnya serta dapat terus mengembangkan strategi *social media marketing* mengingat perusahaan memiliki sumber daya yang cukup besar baik dalam hal *budgeting* dan sarana prasarana yang dimiliki dalam hal menunjang pelaksanaan rancangan strategis pembuatan konten untuk promosi produk melalui media sosial perusahaan. Apabila proyek rancangan strategis pembuatan konten media sosial ini dilanjutkan Perusahaan jangan terbatas kepada *budget* saja melainkan bisa untuk melakukan kolaborasi dan pengoptimalan konten yang dibuat. Dengan tetap dilakukannya strategi *social media marketing* yang sudah ditetapkan dan berkelanjutan maka dapat menarik *audience* (calon pelanggan baru) sehingga dapat membuka segmen pasar baru dari segmen generasi z dan millennial yang berdampak pada bertambahnya segmen pengguna produk pegadaian dimana apabila hal ini terjadi dapat memberikan dampak yang positif untuk keberlangsungan perusahaan di masa depan. strategi *social media marketing* yang sudah ditetapkan dan berkelanjutan setidaknya harus bisa tetap dilakukan mengingat *social media marketing* yang apabila bisa dijalankan dan dikembangkan dengan strategi yang tepat dapat memberikan dampak yang cukup besar dalam hal promosi produk dan eksistensi perusahaan terlebih dalam implementasinya *social*

media marketing dinilai cukup efektif dan lebih efisien baik dari sisi operasional dan biaya yang dibutuhkan dibandingkan dengan melakukan promosi dengan menggunakan cara yang masih konvensional. Serta perusahaan diharapkan memiliki divisi pusat yang terintegrasi dan memiliki patokan dalam pembuatan konten.