

BAB V PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan dan saran dari penelitian. Adapun kesimpulan dan saran tersebut antara lain:

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan yang merupakan hasil jawaban dari perumusan masalah, yaitu:

1. *Content Marketing* Akun Selebgram @Vickyalaydrus terdiri dari beberapa aspek yaitu *design, current event, the reading experience, timing* dan *tone*. Pada aspek *design*, desain *background* postingan akun @Vickyalaydrus bagus dan menarik karena, banyak *background* yg digunakan beragam dan tidak monoton dan juga kualitas foto yang diambil kualitas tinggi. Pada aspek *current event*, untuk waktu *upload* pemilik akun bisa dikatakan sering. Untuk *feed* IG sendiri waktu posting itu hampir beberapa hari sekali, dan untuk *story* Instagram bisa dikatakan sering karena Vicky Alaydrus membagikan kehidupannya. Waktu untuk mengupload postingan pada akun tersebut disaat waktu yang tepat. Pada aspek *the reading experience*, banyak dari foto yang diposting terlihat begitu *eye catchy*, utamanya ketika sedang *endors* sebuah *brand*. Pada aspek *timing*, untuk frekuensi dan intensitas *upload* postingan pada akun tersebut menurut responden akun dari Vicky Alaydrus termasuk pengguna sosial media yang sering mengupload kegiatannya. Untuk *feed* sendiri tidak setiap saat namun untuk *story* pada Instagramnya yang responden amati sering mengupload kesehariannya. Pada aspek *tone*, dalam setiap postingan akun @Vickyalaydrus selalu memberikan *positive* vibes yang tentunya hal ini sebagai indikator dari konten positif dan mampu mengajak pada hal kebaikan dan *something that give good impact*.
2. *Content marketing* akun selebgram @Vickyalaydrus ditinjau dari *Islamic marketing ethics* antara lain postingan

Akun @Vickyalaydrus mengajak pada kebaikan, postingan Akun @Vickyalaydrus berlandaskan pada etika yang berlaku di masyarakat, postingan Akun @Vickyalaydrus menerapkan konsep pemasaran yang fleksibel. Postingan Akun @Vickyalaydrus mengangkat derajat dan fitrah manusia dan postingan Akun @Vickyalaydrus mengandung unsur sara atau melakukan promosi dengan menjatuhkan produk lain serta postingan Akun @Vickyalaydrus mempengaruhi suatu keputusan terhadap pembelian produk yang telah dipromosikan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini telah dirancang dan dibahas dengan seoptimal mungkin akan tetapi dalam penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya:

1. Terbatasnya biaya, waktu, serta tenaga dan kejujuran jawaban dari responden saat menjawab pertanyaan, menyebabkan adanya kemungkinan jawaban yang dari responden tidak sama dengan kondisi sesungguhnya.
2. Dalam penelitian terdapat kendala yang dirasakan peneliti yakni peneliti mempunyai keterbatasan akan ilmu serta pengetahuan. Adapun saat penelitian, mungkin terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi pandangan atau jawaban dari responden ketika menjawab pertanyaan wawancara.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian dan keterbatasan yang ada, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagi Selebgram @Vickyalaydrus

Content marketing yang telah dilakukan oleh Akun Selebgram @Vickyalaydrus perlu dipertahankan konsistensinya, @Vickyalaydrus perlu memperbanyak konten – konten kreatif yang bersifat memberikan edukasi kepada para calon investor. Selain itu presisi waktu dalam merespon pertanyaan atau komentar juga perlu diperhatikan hal tersebut bisa didukung dengan melakukan program perekrutan maupun *internship* yang secara khusus memiliki spesialisasi dalam *viral marketing*. @Vickyalaydrus juga

perlu mengkolaborasikan visi dan misi sosialnya dengan nilai – nilai religiuitas dalam Islam sehingga tercipta *brand* sebagai salah selebgram di Indonesia hal tersebut guna merebut segmen investor muslim yang juga besar dan trend ekonomi Islam yang telah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat sebagai wujud dari Muslim yang kaffah, usaha tersebut harus didukung oleh setiap bagian dari @Vickyalaydrus, agar penerapan dari konsep pemasaran syari'ah dapat mewujudkan kemaslahatan besar bagi umat Islam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti lain pada bidang yang sama diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan pengujian menggunakan sudut pandang atau pendekatan yang berbeda misalnya menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga dapat diketahui pengaruh *content marketing* dalam meningkatkan keputusan pembelian menggunakan statistik.

