

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan dan Saran

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *Influencer marketing* yang diterapkan oleh Exsport di Kota Bandung terbukti efektif dalam mempertahankan persepsi merek mereka di kalangan audiens muda. Exsport menggunakan pendekatan yang terstruktur dalam menentukan, mengelola, memantau, dan mengevaluasi kerja sama dengan *Influencer* untuk memastikan keberhasilan kampanye mereka.

1. Penentuan (*MAKE*) *Influencer Marketing* : Exsport menerapkan seleksi ketat dalam memilih *Influencer* yang sesuai dengan identitas merek mereka. Fokus utama adalah memilih *Influencer* yang mampu merepresentasikan persona Exsport yang "quirky," youthful, dan colorful.
2. Pengelolaan (*MANAGE*) *Influencer Marketing*: Exsport menjaga komunikasi yang aktif dengan *Influencer*, memberikan brief yang rinci, serta terlibat dalam produksi konten untuk memastikan kesesuaian dengan pesan merek.
3. Pemantauan (*MONITOR*) *Influencer Marketing*: Monitoring kampanye *Influencer* dilakukan dalam 1-2 minggu setelah konten diunggah, meskipun belum dilakukan secara berkala. Engagement rate dari *Influencer* nano dan mikro cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan mega *Influencer*.

4. Evaluasi (*MEASURE*) *Influencer Marketing* : Evaluasi dilakukan melalui pertemuan byweekly dan laporan bulanan untuk mengukur efektivitas kampanye. Namun, tantangan terbesar yang dihadapi Exsport adalah menerjemahkan data engagement menjadi strategi yang lebih efektif.

Secara keseluruhan, strategi *Influencer marketing* yang diterapkan oleh Exsport telah membantu mereka dalam mempertahankan persepsi merek dan meningkatkan keterlibatan audiens dengan merek mereka. Kejelasan arahan dan komunikasi yang baik dengan *Influencer* menjadi salah satu faktor utama keberhasilan strategi ini.

5.1.2 Saran

1. Meningkatkan Pemantauan Kampanye

Exsport sebaiknya meningkatkan frekuensi pemantauan kampanye *Influencer marketing*, terutama dalam meminta insight dan engagement data dari *Influencer*. Hal ini akan membantu dalam mengukur efektivitas kampanye secara lebih akurat dan membuat perbaikan strategi yang lebih tepat.

2. Menggunakan Tools Analisis yang Lebih Canggih

Exsport dapat mempertimbangkan penggunaan tools analisis digital yang lebih canggih untuk mengevaluasi performa kampanye *Influencer marketing*. Tools seperti Google Analytics, Sprout Social, atau Brandwatch dapat membantu dalam menginterpretasikan data engagement secara lebih mendalam.

3. Meningkatkan Kolaborasi dengan *Influencer* Nano dan Mikro

Berdasarkan analisis, *Influencer* nano dan mikro memiliki engagement rate yang lebih tinggi dibandingkan dengan mega *Influencer*. Oleh karena itu, Exsport dapat lebih banyak berinvestasi pada kolaborasi dengan *Influencer* dalam kategori ini untuk meningkatkan efektivitas kampanye mereka.

4. Meningkatkan Kreativitas dalam Kampanye *Influencer Marketing*

Exsport dapat mengeksplorasi format kampanye yang lebih interaktif, seperti challenge, live streaming, atau user-generated content yang melibatkan komunitas mereka. Hal ini dapat meningkatkan interaksi audiens dan membuat kampanye lebih menarik.

5. Meningkatkan Edukasi Internal Tim

Mengingat salah satu tantangan utama Exsport adalah menerjemahkan data engagement menjadi strategi yang lebih efektif, pelatihan internal bagi tim KOL & Partnership serta tim media sosial dapat menjadi solusi yang baik. Pelatihan ini dapat mencakup analisis data digital, strategi pemasaran berbasis data, serta tren terbaru dalam *Influencer marketing*.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, Exsport dapat lebih mengoptimalkan strategi *Influencer marketing* mereka dan semakin memperkuat posisi merek di segmen anak muda di Kota Bandung.