

BAB IV

PENUTUP

PT Pegadaian (Persero) berupaya meningkatkan kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat melalui analisis akun media sosial instagram @pegadaian_id, khususnya efektivitas dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh team media sosial instagram pegadaian, ini merupakan gambaran umum tentang penelitian ini. Pada bab IV ini peneliti akan menjabarkan simpulan, keterbatasan peneliti dan saran penelitian tentang analisis media sosial instagram @pegadaian_id dalam meningkatkan kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat.

4.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian mengenai analisis media sosial Instagram @pegadaian_id dalam meningkat kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat, bisa disimpulkan bahwa pegadaian memanfaatkan media sosial Instagram untuk media komunikasi dan promosi sudah efektif dalam meningkatkan kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat. Akun Instagram @pegadian_id tidak hanya untuk promosi langsung, tetapi juga sebagai sarana edukatif. Konten yang disajikan tidak hanya berfokus pada tabungan emas, melainkan juga berfokus memberikan informasi yang lebih luas tentang investasi emas, sejalan dengan tujuan pegadaian yakni agar masyarakat lebih *aware* lagi dan sejalan dengan peran pegadaian sebagai bank emas. Fitur – fitur di Instagram juga dimanfaatkan seperti *reels*, infografis harga emas, dan *broadcast channel* digunakan untuk menyampaikan informasi secara menarik dan interaktif.

Interaksi dengan nasabah juga menjadi fokus utama dalam strategi komunikasi dan konten ini, dimana pegadaian secara aktif mengadakan *giveaway*, kuis, dan kolaborasi dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) untuk meningkatkan *engagement* instagram. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) seperti Bank Sampah Binaan menjadi salah satu bentuk aktivitas yang efektif untuk mempromosikan Tabungan Emas sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat. Pemahaman yang mendalam tentang target audiens terbukti krusial dalam merumuskan strategi komunikasi yang sukses. Pegadaian secara rutin mengukur efektivitas konten Instagram melalui analisis *engagement rate* (jumlah suka, komentar, bagikan) untuk memahami preferensi audiens dan dampaknya terhadap kesadaran produk.

Selain itu, evaluasi dilakukan bulanan melalui *agenda-setting* untuk meninjau kinerja konten secara keseluruhan dan menyesuaikan strategi berdasarkan data yang diperoleh. Untuk analisis sentimen dan isu utama, Pegadaian memanfaatkan pemantauan media monitoring harian dan agenda-setting bulanan, yang memungkinkan mereka untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi konten yang disajikan kepada audiens. penelitian ini membuktikan bahwa Pegadaian telah berhasil menjadikan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran produk tabungan emas, memberikan edukasi kepada masyarakat, dan berinteraksi dengan nasabah. Dengan strategi yang cermat, media sosial dapat menjadi instrumen yang sangat berharga dalam mencapai tujuan komunikasi.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengalami beberapa keterbatasan, yaitu keterbatasan waktu dan kendala jadwal narasumber dari tim media sosial Instagram Pegadaian.

4.3 Saran

Saran untuk team media sosial Pegadaian meningkatkan strategi komunikasi promosinya dengan mengembangkan konten yang lebih inovatif di Instagram @pegadaian_id, seperti *podcast* mini atau *series* IGTV. Konten ini sebaiknya berfokus pada edukasi keuangan dan investasi emas, menampilkan pakar ekonom, dan nasabah sukses sebagai narasumber untuk berbagi wawasan dan pengalaman terkait tabungan emas. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang investasi emas dan memperkuat citra pegadaian sebagai lembaga keuangan yang informatif dan terpercaya.

Sebagai tambahan, peneliti merekomendasikan pembuatan video tanya jawab (Q&A) tentang tabungan emas, berdasarkan pertanyaan dari pengikut Instagram. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi, memberikan informasi yang relevan, dan menjawab keraguan masyarakat. Melalui video tanya jawab ini, Pegadaian dapat memperkuat pemahaman masyarakat tentang tabungan emas, membangun kepercayaan, dan meningkatkan loyalitas nasabah sebagai lembaga keuangan yang peduli dan interaktif.