

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### IV.1. Kesimpulan

Amithya Corporation telah melaksanakan metode untuk melakukan *digital marketing*, dengan tidak hanya fokus pada *content marketing* namun juga dengan metode *digital marketing* lainnya. Konten yang dibuat oleh Amithya Corporation juga memanfaatkan teknologi internet serta media sosial yang mendukung metode *digital marketing*. Jadi kesimpulan penulis adalah metode pembuatan konten pemasaran atau *Content Marketing (Copy writing)* yang digunakan Amithya terbukti berhasil memberikan *branding* pada Amithya Corporation dan menjadi solusi bagi target konsumen yang ingin mengenal lebih jauh Amithya Corporation demi memenuhi kebutuhan mereka di *hospitality industry*. Amithya Corporation juga berhasil memanfaatkan model *digital marketing* lain meliputi *Search Engine Optimization (SEO)*, *Social Media Marketing (SMM)* dan *Social Media Optimization (SMO)*, *E-mail Marketing*, *Display Advertising (DA)*, *Affiliate Marketing (AM)*, hingga *Mobile Advertising (MA)* untuk meningkatkan jumlah konsumen.

#### IV.2. Saran

Bagi Amithya Corporation jika sudah menemukan metode yang paling ampuh diantara ketujuh metode tersebut, lebih baik dapat difokuskan pada metode tersebut, dibandingkan harus menggunakan semua metode namun tidak semua memberikan hasil signifikan. Selain itu untuk tim *digital marketing* mungkin perlu adanya ide kreatif lain dari konten yang dibuat sehingga ada kebaruan konten yang membuat konsumen ingin terus melihat dan lebih mengenal Amithya Corporation.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Musnaini (2020). *Digital Marketing*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.

Aziz, R. A (2020). *E-BOOK DIGITAL MARKETING CONTENT*. Yogyakarta: STMIK Amikom Surakarta.

### Jurnal

Sawaraswati, D. A. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 114–128. <http://dx.doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>