

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data pada bab V, peneliti akan membuat kesimpulan dari penelitian ini. Dilanjutkan dengan saran sebagai bahan pertimbangan atau perbaikan untuk menyempurnakan penelitian ini.

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul pemanfaatan media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* (studi kasus pada instagram @galeri_eztenun), dapat disimpulkan bahwa @galeri_eztenun memanfaatkan media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* dalam tiga tahapan yakni *brand recognition* (pengenalan merek), *brand recall* (pengingatan merek) dan *top of mind* (pilihan utama).

Brand awareness adalah elemen kunci dalam strategi pemasaran yang memungkinkan konsumen untuk mengenali, mengingat, dan memilih merek dalam pasar yang kompetitif. *Brand awareness* dapat dibangun secara efektif melalui media sosial dengan memanfaatkan berbagai fitur dan strategi yang disediakan oleh platform tersebut. Media sosial, terutama instagram, memungkinkan merek untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan, sorotan (*highlight*), tagar atau *hashtag*, *tag* atau menandai serta kerja sama dengan *influencer* untuk meningkatkan visibilitas dan pengenalan merek. Selain itu, konsistensi visual dalam postingan serta konten yang berciri khas dan interaksi rutin dengan pengikut berperan penting dalam memperkuat *brand recall* dan memastikan

merek tetap menjadi pilihan utama atau *top of mind* dalam pikiran konsumen. Dengan strategi yang tepat, media sosial tidak hanya membangun *brand awareness* tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Media sosial menawarkan *platform* yang dinamis untuk membangun dan memperkuat hubungan merek dengan audiens, menjadikannya alat yang sangat berharga dalam strategi pemasaran modern.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran yang peneliti berikan antara lain:

1. Bagi pembaca

Setelah membaca penelitian ini, diharapkan dapat menjadi informasi untuk mempelajari mengenai pemanfaatan media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* untuk memperkuat pemasaran dari sebuah bisnis.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Kiranya dengan penelitian yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* (studi kasus pada instagram @galeri_eztenun) ini dapat memberikan inspirasi bagi peneliti selanjutnya dengan mengambil sudut pandang berbeda dan lebih kritis agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.