

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang sudah dijelaskan peneliti terkait strategi *digital marketing* yang dilakukan Se'i Sapiku Indonesia dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial Instagram, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Alasan Se'i Sapiku Indonesia tetap menjadikan komunikasi pemasaran konvensional sebagai dasar menentukan strategi yang diterapkan dalam melakukan kegiatan *digital marketing communication* dikarenakan penggunaan media sosial hanyalah perubahan platform sedangkan konsumen pada dasarnya sama yaitu manusia. Sehingga, yang perlu disesuaikan adalah *market habit* dalam penggunaan media sosial. Dengan memahami hal tersebut Se'i Sapiku Indonesia mampu memahami bagaimana membangun ketertarikan konsumen terhadap produknya melalui kegiatan seperti beriklan, *direct marketing*, *sales promotion*, *public relation*, serta *event marketing* namun melalui platform digital.
- b. Pemanfaatan *Influencer* dan *key opinion leader* dalam kegiatan digital marketing communication sangat berpengaruh untuk menjangkau dan membangun kepercayaan khalayak terhadap sebuah brand. Hal ini dikarenakan *influencer* dan *key opinion leader* memiliki kekuatan untuk

menggiring opini di media sosial. Dapat dilihat dari dampak melakukan kegiatan endorsement, review produk dan serta promosi menggunakan jasa dari influencer dan key opinion leader yang selalu mendapat feedback yang bagus.

- c. Se'i Sapiku Indonesia sangat peka terhadap *trend* yang sedang naik untuk menarik perhatian dari khalayak. Kegiatan *trend riding* ini membuat Se'i Sapiku Indonesia sering muncul melalui Instagram explore dan menjangkau khalayak yang lebih luas.
- d. Setiap fitur yang disediakan oleh Instagram memiliki fungsi masing masing yang sangat membantu kegiatan digital marketing communication. Fitur Post membantu Se'i Sapiku untuk melakukan promosi, kuis serta interaksi dengan market, fitur story membantu dalam menampilkan review dari customer serta mendapatkan feedback secara langsung dari customer, fitur direct message membuat Se'i Sapiku Indonesia dapat menerima masukan dan kritik secara langsung dari customer, Instagram Ads bermanfaat untuk melakukan promosi dan menjangkau khalayak yang belum mengetahui Se'i Sapiku Indonesia, serta fitur reels yang membantu dalam penyampaian informasi, trend riding, serta menghibur market dengan konten konten yang menarik.
- e. Pemanfaatan press release yang di unggah ke Instagram mampu membangun kepercayaan market karena berita dari media online memiliki sangat dipercaya oleh khalayak sehingga membuat market tidak perlu

mempertimbangkan lagi untuk percaya kepada brand Se'i Sapiku Indonesia.

## **5.2 Saran**

Setelah berhasil mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Se'i Sapiku Indonesia, maka ada beberapa saran yang perlu disampaikan peneliti, diantaranya sebagai berikut:

- a. Se'i Sapiku Indonesia harus mampu terus beradaptasi dengan perubahan tren dari media sosial serta minat dari konsumen yang menjadi target market mereka karena perubahan tren di media sosial dapat berubah sangat cepat .
- b. Tidak menutup kemungkinan pemanfaatan media sosial lain sebagai perpanjangan dari media sosial instagram juga dapat dilakukan untuk menjangkau market yang lebih luas karena media sosial lain juga memiliki market, fitur dan karakteristik masing masing