

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penelitian ini, dalam bab ini terdapat uraian kesimpulan penelitian dan saran-saran dari peneliti. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan di Bab IV dalam subfokus yaitu, “Strategi Komunikasi Pemasaran Human Greatness @hgbasiclabs dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram.” Maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu komunikasi pemasaran yang dilakukan menjadikan konsumen maupun calon konsumen menyadari akan *brand* Human Greatness, proses penyampaian pesan dengan menggunakan media Instagram dan kreatifitas yang dikembangkan agar menjadi celah konsumen yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan target pasar dan respon pasar. Adapun mikro kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi Pesan, dalam penyampaian strategi pesan yang dilakukan berupa pelayanan, kualitas bahan produk, isi pesan yang disampaikan dapat dipahami dan *simple* dan mengedepankan pengenalan sebuah karakteristik *brand* Human Greatness berupa *hashtag #thefutureisbasic* dengan konten yang diunggah di *Instagram*. Pesan yang di unggah di *feeds* maupun di *instastory* tidak terlalu mengarah kepada konten promosi, seperti potongan harga atau diskon produk.
2. Strategi Media yang digunakan oleh Human Greatness yakni *Instagram* sebagai salah satu media memasarkan *brand* di bidang usaha pakaian *fashion online*. *Instagram* digunakan sebagai media pemaksimalan dan

pemanfaatan yang tepat dengan membagikan konten-konten berupa visualisasi foto yang menjadikan alat bantu sebuah *brand* Human Greatness dalam menjangkau segmentasi masyarakat tepatnya konsumen. Media promosi yang dilakukan dengan menggunakan *Instagram story* dan *feeds* berupa foto.

3. Strategi Kreatif yang dilakukan Human Greatness dengan menggunakan konsep visualisasi fotografi yang dimana sebagai representasi karakter kreatif dari Human Greatness. Jadwal unggah foto maupun konten yang berbeda di setiap harinya. Perbedaan dari sisi kreatif dari *brand* lokal lainnya yaitu *campaign* berupa warna terlengkap, menawarkan desain dan jenis produk yang berbeda, hal itu yang menjadikan Human Greatness memiliki karakter dari sisi kreatif.

Human Greatness menggunakan Komunikasi Pemasaran melalui media sosial *Instagram*, dengan fitur-fitur yang ada di *Instagram*. Pesan yang disampaikan bersifat informatif. Strategi yang dilakukan meliputi pesan, media, dan kreatif membentuk tahap *brand recognition*. Tahapan tersebut dapat meningkatkan *brand awareness*, karena tahapan pengenalan akan suatu *brand* yang terdapat efek dalam penggunaan media, berupa *Instagram* sebagai alat bantu dalam menciptakan *awareness* kepada calon konsumen dan konsumen.

5.2 Saran

Dalam penelitian, peneliti harus mampu menyumbangkan sesuatu yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dan kepada pihak yang

berkaitan dengan penelitian ini. Berikut saran-saran yang peneliti berikan terkait dengan penelitian ini:

5.2.1 Bagi Human Greatness

- 1) Diharapkan untuk evaluasi selanjutnya, dalam penyampaian pesan informasi produk, dapat lebih mengedukasi mengenai dunia mode pakaian kasual secara mendalam, terutama untuk kreatifitas desain yang berhubungan dengan sejarah nama Human Greatness.
- 2) Pemanfaatan maksimal Instagram dalam memberikan konten yang menarik dan unik, tidak hanya foto saja, tetapi pembuatan konten video agar strategi kreatif yang dilakukan berkembang. Hal itu dapat memberikan berbagai variasi konten dalam pemasaran yang dilakukan.

5.2.2 Bagi Universitas

- 1) Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan lebih diperdalam dalam riset dan mencari referensi agar dapat memperoleh ilmu pengetahuan baru.
- 2) Disarankan untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran agar lebih berhati-hati karena menyangkut kepada strategi perusahaan. Oleh karena itu peneliti harus mengenal baik perusahaan yang akan diteliti.