

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti temukan dilapangan yang selanjutnya telah peneliti analisis, maka dapat disimpulkan bahwa strategi Strategi Branding PT.Ide Kreasi Anak Bangsa (IKAB) Melalui Media Sosial Instagram @Paperofficial.20 Dalam Membangun *Streetwear Brand* kesimpulannya dapat dilihat sebagai berikut:

1. Brand Positioning

Dalam rangka merumuskan strategi membangun brand positioning PT. Ide Kreasi Anak Bangsa (IKAB) melalui platform Media Sosial Instagram @Paperofficial.20, berhasil mengeksekusi strategi yang sangat tepat untuk memanfaatkan Instagram secara efektif. Langkah-langkah yang diambil dalam strategi ini berhasil mendapatkan respon positif dari masyarakat, menjadi indikasi bahwa Paperofficial mampu mengimplementasikan brand positioning mereka dengan sangat baik. Keberhasilan strategi ini membuktikan bahwa Paperofficial telah berhasil menghubungkan berbagai aspek brand positioning dengan pelaksanaannya secara nyata, sehingga merek ini tetap meraih tempat di hati masyarakat.

2. Brand identity

Pemanfaatan Instagram sebagai pilar utama strategi branding Paperofficial adalah langkah cerdas. Konten, logo, dan elemen visual yang diadopsi menciptakan representasi unik bagi merek. Konsistensi konten dan elemen visual membantu menyajikan identitas

mereka secara jelas. Ini membedakan mereka dari kompetitor, menciptakan daya tarik dan pengenalan merek yang mendalam pada konsumen.

Pilihan cerdas untuk inovatif dan berani mengambil konsep yang belum umum di industri menunjukkan komitmen Paperofficial dalam membangun merek. Langkah ini penting untuk membedakan diri dalam pasar yang kompetitif. Secara keseluruhan, strategi branding Paperofficial melalui Instagram membuktikan berhasil dengan identitas merek yang kuat, unik, dan relevan pada target pasar.

3. *Brand personality*

Paperofficial memanfaatkan pengikut untuk mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen di Instagram. Merek ini berhasil membangun personalitas dengan Bahasa informal dalam caption konten untuk menjangkau generasi milenial. Proses seleksi kata menunjukkan kesadaran akan peran bahasa dalam memengaruhi respons konsumen. Strategi visual juga digunakan untuk menyampaikan emosi, dengan foto produk yang mencerminkan berbagai nuansa perasaan. Paperofficial juga berhasil merubah pandangan negatif terhadap aspek yang dianggap tidak konvensional, mengajarkan bahwa penilaian tersebut tidak selalu buruk. Secara keseluruhan, Paperofficial berhasil menjalankan strategi komunikasi yang cerdas di Instagram, membangun hubungan kuat dengan konsumen, merangsang emosi positif, dan mendefinisikan personalitas unik merek.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil pelaksanaan penelitian ada beberapa saran yang dapat dilaksanakan untuk strategi Pemasaran untuk *brand* Paper di antaranya:

5.2.1 **Saran Bagi PT.Ide Kreasi Anak Bangsa (IKAB)**

1. Mulai menunjukkan sisi latar belakang *streetwear* seperti lebih mengikuti latar belakang dari *skate* atau berbau unsur musik
2. Memanfaatkan platform media sosial yang lain selain Instagram seperti Tiktok atau facebook.
3. Mencoba mengedit font dari logo paper untuk profil Instagram agar di perbesar agar lebih terlihat
4. Mencoba menggunakan figure baru untuk setiap konten dari paper agar adanya variasi dalam setiap kontennya
5. Melakukan kolaborasi atau *project* dengan beberapa influencer atau brand lain guna memaksimalkan strategi branding yang telah dilakukan

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan studi yang mendalam tentang strategi branding brand di Indonesia
2. Peneliti selanjutnya dapat menyelidiki pengaruh media sosial khususnya Instagram dalam mengembangkan strategi branding
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan analisis tentang cara melakukan strategi branding guna menarik konsumen baru