

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V merupakan bagian penutup dari penelitian ini. Pada bab ini, peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan saran-saran yang ditujukan baik kepada Studio Rosid maupun untuk peneliti selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

1. Studio Rosid melakukan strategi untuk membangun *brand awareness* dengan memanfaatkan *new media*, salah satunya melalui media sosial Instagram. Pemanfaatan *new media* ini menjadi bagian dari upaya Studio Rosid untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
2. Proses berbagi (*share*) di Instagram didorong oleh berkembangnya alat pemasaran seperti media sosial, khususnya Instagram, yang penggunaannya sangat populer di kalangan anak muda yang aktif di berbagai platform. Proses *share* yang dilakukan oleh Studio Rosid berhasil menarik perhatian dan meyakinkan *followers* atau calon pengunjung untuk datang langsung ke Studio Rosid melalui postingan foto dan video dan pesan yang disampaikan, serta *repost* konten yang dihasilkan oleh pengunjung.
3. Proses optimalisasi (*optimize*) dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram seperti hashtag, DM, mention untuk mengidentifikasi topik tertentu yang sedang dibahas oleh para pengikutnya lewat hashtag, DM,

atau mention, mereka dapat menentukan konten yang tepat untuk dipublikasikan selanjutnya dan juga bio instagram untuk memberikan informasi yang lengkap tentang studio rosid, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi dan fitur polling, *reels* dan instagram *story*. fitur tersebut yang paling sering digunakan. Selain itu untuk berbagi konten di Instagram @studiorosid, mendiskusikan perencanaan dengan tim mengenai ide-ide acara yang akan diadakan. Hal ini bertujuan agar acara yang dirancang dapat menarik perhatian pengunjung.

4. Proses *manage* yang dilakukan studio rosid tidak memanfaatkan jasa admin atau *social media dashboard* seperti *Hootsuite*, *Unionmatrix*, atau *Insight* untuk memantau aktivitas Instagram mereka. Manajer nya sendiri yang mengelolanya karena keterbatasan sumber daya manusianya. Dalam memantau akun media sosial instagramnya Studio Rosid melihat dari tingkat *followers*, *like* dan komentar. Dalam memilih waktu yang tepat Studio rosid memposting di saat jam istirahat sangat membantu mereka menjangkau lebih banyak orang di Instagram.
5. Proses *engage*, melibatkan pelanggan pada akun media sosial instagram yaitu dengan mengadakan event kolaborasi, nonton bareng pertandingan bola, promo, melakukan *community engagement activity* yaitu kegiatan dimana studio rosid menyediakan tempat dan waktu bagi komunitas untuk mengadakan acara mereka di Studio Rosid Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan interaksi di media sosial terhadap pesan yang disampaikan menggunakan fitur polling dan instagram story dengan dikemas menarik

agar adanya keterlibatan dengan followers dan tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan adanya respon langsung terhadap pesan dan juga adanya aksi yang dilakukan seperti ingin langsung terlibat langsung dan tertarik akan *event* yang diadakan oleh studio rosid. Studio rosid memanfaatkan keunikan tempat mereka untuk menarik pengunjung yang kemudian banyak orang yang secara sukarela mereview dan membagikan pengalaman mereka di media sosial mengenai studio rosid hal ini menjadi keuntungan bagi studio rosid dalam memperkenalkan tempatnya lebih luas lagi.

Penggunaan akun media sosial Instagram @studiorosid dalam membangun *brand awareness* dilakukan melalui pendekatan terstruktur yang melibatkan proses *share, optimize, manage, engage*. Studio Rosid memanfaatkan keunikan tempat dan pengalaman yang ditawarkan, Hasilnya, dari tahapan-tahapan ini menjadikan jumlah *followers* instagram @studiorosid bertambah secara perlahan, dari yang tadinya tidak aktif di media sosial kini seiring dengan upaya mereka mencoba hal-hal baru seperti yang dilakukan oleh banyak tempat/cafe lainnya untuk terus membangun *brand awareness* dan menarik lebih banyak pengunjung.

Brand awareness tetap bisa dibangun meskipun jumlah *followers* @studiorosid sedikit adalah karena efektivitas kualitas interaksi dan pengalaman unik yang ditawarkan. Studio Rosid tidak hanya mengandalkan jumlah pengikut, tetapi lebih pada bagaimana mereka menyampaikan nilai merek melalui konten yang autentik dan *engagement* yang terarah. *Followers* yang terlibat aktif sering kali lebih berharga daripada jumlah besar pengikut pasif, karena mereka cenderung

berpartisipasi, merekomendasikan, dan membantu meningkatkan eksposur merek. Keunikan tempat juga mendorong pengunjung untuk membagikan pengalaman mereka, yang memperluas jangkauan.

Penggunaan akun Instagram @studiorosid dalam membangun *brand awareness* telah berhasil mencapai tahap *brand recognition*. Akun instagram @studiorosid secara konsisten membagikan konten visual menarik dan interaktif yang melibatkan *followers*, sehingga meningkatkan pengenalan merek di kalangan *audiens*. Strategi ini mencakup penggunaan hashtag, *repost*, serta mengoptimalkan fitur bio yang memudahkan pengikut mengenali dan mengakses merek. Namun, @studiorosid masih berada pada tahap *brand recognition* karena meskipun pengikut sudah mengenali merek melalui konten, mereka belum secara spontan mengingatnya tanpa stimulus tertentu. Dengan demikian, meskipun pengenalan merek sudah berhasil, Studio Rosid belum mencapai tingkat *brand recall* atau *top of mind awareness*, tetapi telah membangun pondasi yang kuat untuk meningkatkan kesadaran merek di masa mendatang.

5.2 Saran

Setelah melakukan proses penelitian, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sesuai dari hasil pengamatan selama penelitian berlangsung, sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi Studio Rosid

1. Dengan kurangnya sumber daya manusia untuk mengelola akun instagramnya, diharapkan studio rosid untuk menggunakan alat *social media dashboard* seperti *Hootsuite*, *Unionmatrix*, atau *Insight* untuk memantau aktivitas media sosial, menjadwalkan postingan, dan mengelola interaksi dengan pengikut secara lebih efisien.
2. Pengelola akun media sosial instagram @studiorosid diharapkan untuk memposting konten secara konsisten, bahkan jika jumlah posting berkurang. Konsistensi dalam gaya dan frekuensi posting akan membantu menjaga *brand awareness*. Konsistensi dalam menyampaikan pesan penting bagi Instagram @studiorosid. Dengan jadwal posting yang teratur, *followers* dapat mengandalkan informasi terbaru secara rutin, membantu membangun kepercayaan dan menjaga brand tetap relevan. Selain itu, jadwal posting memaksimalkan jangkauan dan *engagement*, serta memudahkan perencanaan konten untuk acara atau promosi khusus.
3. Menggunakan auto reply DM di Instagram akan efektif bagi Studio Rosid yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia karena dapat memberikan tanggapan cepat kepada *followers* atau orang yang bertanya, membantu menjaga keterlibatan dengan pengikut, mengurangi beban kerja tim, dan

memastikan semua pertanyaan umum dijawab dengan segera, bahkan di luar jam kerja. Dengan auto reply, akan merasa dihargai karena mendapatkan respons langsung.

4. Pertimbangkan untuk mengeksplorasi platform media sosial lainnya seperti TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Mengingat tren di kalangan anak muda, platform ini bisa menjadi saluran tambahan yang efektif karena saat ini TikTok sedang populer dan digunakan secara luas untuk berbagi konten kreatif dan menarik.
5. Terus tingkatkan kegiatan *community engagement* dengan menambahkan lebih banyak *event* lokal atau tema yang sesuai tema tempat budaya studio Rosid yang memiliki keunikan tersendiri. Ini tidak hanya akan menarik lebih banyak pengunjung, tetapi juga memperkuat loyalitas komunitas.
6. Membuat tim khusus untuk menangani media sosial instagramnya agar proses dalam membangun *brand awarenessnya* lebih efektif.
7. Membangun kerja sama atau melibatkan *influencer* penting untuk Studio Rosid karena mereka bisa menjangkau lebih banyak orang yang mungkin belum mengetahui tempat ini. Influencer memiliki audiens yang besar dan terpercaya, sehingga rekomendasi mereka bisa membuat orang lebih tertarik dan percaya pada Studio Rosid. Kerjasama ini juga membantu Studio Rosid membuat konten yang lebih menarik dan mempercepat proses membangun *brand awareness* dengan cara yang lebih efektif, tidak hanya mengandalkan pengunjung yang mereview sendiri tempat ini.

8. Membuat perencanaan pada media sosial instagram@studiorosid dalam melibatkan *followers*/ konsumen salah satunya dengan mengadakan give away, diskon dan lain sebagainya.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat membaca dan mencari referensi-referensi mengenai hal yang akan diteliti sehingga banyak wawasan baru yang dapat diperoleh untuk melakukan penelitian.
2. Peneliti berikutnya sebaiknya melakukan observasi dengan lebih cermat dan aktif dalam mencari jawaban dari informan.
3. Peneliti berikutnya disarankan untuk meningkatkan ketelitian, baik dalam hal kelengkapan maupun dalam pengumpulan data yang diperoleh.