

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang bertujuan untuk melihat Implementasi *Social Media Marketing* Instagram pada Malungoen.id dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan *Brand Trust*”, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *social media marketing* meningkatkan *brand awareness*, terlihat dari peningkatan indikator *account reach*, yang semula hanya menjangkau 197 akun pada periode pra-implementasi menjadi 2.144 akun setelah penerapan strategi, dengan kenaikan sebesar +2.919,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi *social media marketing* berhasil memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan pengenalan terhadap merek Malungoen.
2. Implementasi *social media marketing* meningkatkan *brand trust* Malungoen, hal ini dapat dilihat dari peningkatan *engagement rate by post* dan hasil wawancara dengan informan ahli media, pemilik usaha dan informan utama. Setelah *social media marketing* diterapkan, *engagement rate* meningkat dari 3,04% menjadi 17,61%, yang menunjukkan bahwa audiens semakin aktif berinteraksi melalui *like*, *comment*, *share* dan *save*. Hal ini menandakan meningkatnya perhatian, ketertarikan, dan kepercayaan terhadap merek Malungoen.
3. Cara implementasi *social media marketing* dalam meningkatkan *brand awareness* Malungoen dilakukan melalui perencanaan konten yang terstruktur dan konsisten, penggunaan identitas visual yang khas, serta penyampaian pesan komunikasi yang relevan dengan karakter target audiens. Selain itu, pemanfaatan format konten yang informatif dan menarik membantu audiens dalam mengenali, mengingat, serta membedakan merek Malungoen dari merek lain yang sejenis. Hasil wawancara dengan ahli media, pemilik usaha, dan informan menunjukkan bahwa penerapan *social media marketing* pada akun Instagram @malungoen.id memberikan kontribusi terhadap peningkatan *brand awareness*. Seluruh informan mampu mengenali dan mengingat merek

Malungoen melalui konsistensi penyajian konten, visual yang khas, serta pesan komunikasi yang relevan dengan karakter target pasar.

4. Cara implementasi *social media marketing* dalam meningkatkan *brand trust* Malungoen dilakukan dengan membangun konsistensi pesan merek, menunjukkan kepedulian terhadap konsumen melalui interaksi yang responsif, serta menyampaikan informasi secara terbuka dan jujur melalui konten yang diunggah. Hasil wawancara mendukung temuan tersebut, di mana para informan menilai bahwa Malungoen secara konsisten menampilkan proses pembuatan sulam pita, memberikan informasi yang transparan, serta membangun citra merek yang positif melalui pelestarian nilai budaya. Upaya tersebut berperan dalam memperkuat *brand trust* Malungoen

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan untuk menjadi bahan pertimbangan dan perbaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil *insight*, konten-konten interaktif menunjukkan tayangan dan tingkat interaksi tertinggi di antara jenis konten lainnya. Oleh karena itu, Malungoen perlu mempertahankan kualitas konten yang telah dihasilkan serta terus mengembangkan konten interaktif yang melibatkan audiens secara langsung tanpa meninggalkan unsur promosi produk. Konten interaktif seperti *this or that*, kuis atau konten partisipatif lainnya dapat meningkatkan interaksi serta memperluas jangkauan akun terhadap pengguna Instagram lainnya.
2. Untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand trust*, Malungoen disarankan untuk mempertahankan konsistensi ciri khas visual merek, baik dari segi penggunaan warna, tipografi, tata letak (*layout*), maupun elemen desain yang menampilkan unsur budaya Ulos. Konsistensi visual ini akan memperkuat identitas merek dan membantu audiens lebih mudah mengenali serta mengingat Malungoen sebagai merek berakar pada budaya budaya.

3. Penting untuk memaksimalkan penggunaan berbagai fitur Instagram, seperti *polling*, *Question*, serta *caption* dengan *call to action* yang mendorong interaksi audiens. Selain itu, fitur *mention* akun-akun besar yang relevan dengan konten juga dapat membantu meningkatkan reach (jangkauan) akun dan menarik perhatian audiens baru.
4. Dalam upaya menciptakan konten yang sesuai dengan preferensi individu, disarankan untuk memaksimalkan penggunaan berbagai fitur Instagram seperti *polling*, *reaction* pada *Instagram Stories*, serta *caption* dengan *call to action* yang mendorong audiens berinteraksi lebih aktif. Pemanfaatan fitur-fitur tersebut dapat memperkuat hubungan antara audiens dan merek, sekaligus dapat menjadi referensi konten selanjutnya.
5. Pada penelitian ini mengutamakan pada pertumbuhan audiens secara organik, penelitian berikutnya dapat mencoba mengimplementasikan strategi berbayar seperti penggunaan fitur Instagram *Ads*. Pendekatan ini dapat menjadi pembanding untuk melihat efektivitas strategi *social media marketing* melalui metode organik dan non-organik dalam meningkatkan *brand awareness* dan *brand trust*.
6. Penelitian ini berfokus pada konten interaktif, edukasi, promosi dan hiburan yang diunggah melalui fitur *feed* dan *reels*. Disarankan untuk menambahkan konten ulasan atau testimoni pelanggan yang dapat meningkatkan kepercayaan audiens, dengan menampilkan pengalaman nyata pengguna produk melalui foto dan video yang kemudian dapat diunggah secara konsisten di *feed*, *reels*, atau dijadikan *highlight* khusus pada akun Instagram.