BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan model pengembangan 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*) berhasil digunakan dalam pengembangan media sosial Instagram @hairoil_irma sebagai upaya meningkatkan brand awareness Hair Oil Irma. Melalui tahapan tersebut, penelitian menghasilkan pengembangan berupa pengembangan identitas merek Hair Oil Irma yang meliputi logo, *tagline,* label produk, palet warna, tipografi, tata letak (*layout*), desain *feed* Instagram, konten *Reels*, *highlight* Instagram, serta kalender konten yang lebih terarah dan konsisten.
2. Hasil pengembangan media sosial Instagram Hair Oil Irma dinyatakan Sangat Layak berdasarkan hasil validasi oleh para ahli. Penilaian ahli media memperoleh rata-rata 88,33% sedangkan penilaian ahli *digital marketing* memperoleh rata-rata 90%, sehingga media sosial yang dikembangkan layak untuk dipublikasikan sebagai media promosi digital.
3. Implementasi hasil pengembangan memberikan peningkatan pada performa akun Instagram @hairoil_irma. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan 30.711 tayangan, 7.323 jangkauan akun, 4.432 interaksi, 1.372 aktivitas profil, peningkatan jumlah pengikut dari 141 menjadi 321 pengikut, serta peningkatan *Engagement Rate* (ERR) dari 2,17% menjadi 26,25%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan media sosial mampu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens terhadap akun Instagram Hair Oil Irma.
4. Hasil analisis kuesioner menunjukkan menunjukkan bahwa *brand awareness* Hair Oil Irma mengalami peningkatan setelah dilakukan pengembangan media sosial Instagram. Rata-rata *brand awareness* meningkat dari 2,32 dengan kategori Rendah sebelum pengembangan menjadi 4,20 dengan kategori Tinggi setelah pengembangan. Indikator *Consumption* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,26, diikuti

Purchase sebesar 4,24, *Brand Recognition* sebesar 4,18, dan *Brand Recall* sebesar 4,11. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan media sosial Instagram diikuti dengan peningkatan kemampuan audiens dalam mengenali, mengingat, dan mempertimbangkan Hair Oil Irma sebagai salah satu merek produk perawatan rambut.

5. Secara keseluruhan, pengembangan media sosial Instagram menggunakan model 4D berhasil mencapai tujuan penelitian, yaitu meningkatkan *brand awareness* Hair Oil Irma. Pengembangan identitas merek, penyusunan strategi konten, serta pemanfaatan fitur Instagram yang lebih optimal memberikan kontribusi terhadap meningkatnya pengenalan merek, keterlibatan audiens, dan persepsi positif terhadap Hair Oil Irma.

5.2 Saran

1. Saran bagi Pemilik Usaha

1. Pemilik usaha disarankan untuk mempertahankan konsistensi hasil pengembangan media sosial Instagram, meliputi logo, *tagline*, label produk, desain *feed*, konten *Reels*, dan *highlight*, perlu dipertahankan agar citra merek tetap kuat dan mudah dikenali oleh audiens.
2. Disarankan untuk mengunggah konten secara rutin sesuai dengan kalender konten yang telah disusun agar interaksi dengan audiens tetap terjaga serta mendukung peningkatan *brand awareness*.
3. Pemilik usaha disarankan untuk mengoptimalkan berbagai fitur Instagram, seperti *Reels, Stories,* dan *Highlight,* sehingga penyampaian informasi produk menjadi lebih menarik serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas.
4. Evaluasi performa akun melalui data Instagram *Insights* sebaiknya dilakukan secara berkala untuk mengetahui perkembangan jangkauan, interaksi, karakteristik audiens, serta sebagai dasar dalam menyusun strategi konten berikutnya.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan media sosial pada *platform* digital lain, seperti TikTok, Facebook, atau *platform* media sosial lainnya guna membandingkan hasil pengembangan dalam meningkatkan *brand awareness*.

2. Penelitian dapat dilakukan dalam waktu yang lebih lama agar perkembangan kesadaran merek setelah penggunaan media sosial bisa diamati dengan lebih jelas dan menyeluruh.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan media sosial Instagram dengan menambahkan fitur atau jenis konten yang lebih beragam, seperti konten interaktif, kolaborasi dengan *content creator*, atau kampanye digital, sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai upaya peningkatan *brand awareness*.