

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran *instagram* sebagai *social media marketing* dalam membangun *brand awareness* pada Osaka Desu dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dari peneliti kesimpulannya sebagai berikut:

1. *Platform* media sosial *Instagram* sangat berperan penting pada *brand* Osaka Desu. Osaka Desu menggunakan *Instagram* sebagai media promosi untuk memperkenalkan *brand* Osaka Desu. Dibuktikan dengan dilaksanakannya dua jenis *social media marketing* yang terdiri dari *organic marketing* (pemasaran organik) dan *paid marketing* (pemasaran berbayar). Selain itu, *Instagram* juga berperan penting untuk *brand* Osaka Desu dibuktikan dengan dilaksakannya 7 peranan *social media marketing* yang dilakukan Osaka Desu yang terdiri dari, pemahaman persona pembeli, menentukan media sosial yang digunakan sebagai media pemasaran yaitu menggunakan *Instagram*, pembuatan konten yang menarik, membuat jadwal pada setiap unggahan, menganalisis *insight* media sosial, melakukan *retargeting* konsumen, dan melakukan interaksi dengan konsumen.
2. Penggunaan media sosial *Instagram* berperan aktif dalam membangun *brand awareness* Osaka Desu, didukung dengan dilakukannya strategi Osaka Desu dalam pembuatan konten *endorse* selebgram. Kemudian pada unggahan konten secara rutin dengan membuat jadwal pada *content planner*. Kemudian dengan melakukan perencanaan konten promo bersyarat

yang terdapat syarat yang wajib diikuti konsumen agar dapat memperoleh promo. Dan puncak dari *brand awareness* adalah *top of mind*, Osaka Desu menggiatkan konten promo yang tercermin dari banyaknya *likes* dan komentar pada unggahan konten promo di akun *Instagram* Osaka Desu. Osaka Desu melakukan perencanaan konten promo dengan total ada 12 promo yang sudah direncanakan dari tahun sebelumnya. Jadi, dalam waktu 1 tahun terdapat 12 promo yang tersedia di Osaka Desu.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan 30 konsumen Osaka Desu, menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* sebagai *social media marketing* untuk meningkatkan puncak pikiran *brand* Osaka Desu (*Top of mind*) pada konsumen sudah tercapai, dibuktikan pada pernyataan konsumen yang langsung menyebutkan *brand* Osaka Desu saat ditanya mengenai restoran jepang yang biasanya dikunjungi dan konsumen juga mengatakan bahwa mereka lebih memilih dan sering untuk mengunjungi restoran jepang Osaka Desu berdasarkan informasi yang didapatkan dari *Instagram* tentang konten promo yang diunggah oleh Osaka Desu di *Instagram*.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, selanjutnya peneliti memberikan beberapa saran atas penjelasan dari awal sampai akhir penelitian. Adapun saran yang peneliti sampaikan, sebagai berikut:

1. Bagi brand Osaka Desu
 - a. Mempertahankan kualitas dan cita rasa pada setiap menu Osaka Desu, sehingga pelanggan akan tidak pindah ke brand restoran Jepang lain.
 - b. Membuat konten-konten yang lebih berkualitas, menarik, informatif dan edukatif pada media sosial *Instagram* Osaka Desu. Sehingga audiens dapat berlama-lama mengunjungi akun *Instagram* Osaka Desu dan meningkatkan performa akun yang lebih baik lagi.
 - c. Menambah cabang Osaka Desu di kota lainnya, dikarenakan pada saat menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media promosi ini telah menjangkau masyarakat luas sehingga sangat mungkin konten yang dipublikasi sampai kepada masyarakat yang berada di kota lain yang belum ada cabang Osaka Desu disana. Oleh karena itu, diharapkan untuk menambah cabang pada kota yang belum ada outlet Osaka Desu.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang peneliti lakukan hanya terfokus terhadap peran *Instagram* sebagai *social media marketing* dalam membangun *brand awareness* Osaka Desu. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas penelitian tidak hanya peran dalam media sosial *Instagram* saja, melainkan juga banyak media sosial lainnya. Hal tersebut dapat membantu peneliti lain maupun pembaca sebagai peluang untuk mengevaluasi pada suatu *brand* yang akan diteliti.