

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian Yang Telah Dilakukan Mengenai Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk *Standing Pouch* (Studi Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)

terdapat kesimpulan yang diharapkan mampu memberikan solusi dari permasalahan dalam penelitian ini

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Digital yang efektif pada Akun Instagram @jagonyakemasan telah memanfaatkan pendekatan promosi digital pada Instagram yang dinilai berhasil, antara lain melalui penggunaan konten visual yang menarik, akun duplikat sebagai pendukung promosi, dan pemberian sampel gratis. Ketiga strategi ini membantu memperkuat daya tarik visual produk, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan kepercayaan konsumen melalui pengalaman langsung dengan produk.
2. Strategi yang dijalankan melalui akun @jagonyakkemasan memberikan kontribusi terhadap peningkatan *brand awareness*. Meskipun sebagian besar konsumen baru sampai pada tahap pengingatan kembali merek (*brand recall*), hal ini sudah

menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan ketertarikan awal terhadap produk. Namun demikian, diperlukan langkah lanjutan untuk mendorong konsumen mencapai tingkat kesadaran yang lebih tinggi ke tahap *top of mind*.

3. Implementasi Strategi di Wilayah Kabupaten Kediri
PT Mahakarya Kemasan Digital secara konsisten menerapkan strategi promosi melalui akun @jagonyakemasan dengan pendekatan yang sistematis. Strategi ini mampu memperkuat identitas merek dan meningkatkan keterlibatan konsumen Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara, masih ada sebagian audiens yang belum sepenuhnya memahami atau mengingat brand tersebut tanpa bantuan visual.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan positif untuk ke depannya, antara lain sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar akun @jagonyakemasan milik PT. Mahakarya Kemasan Digital dapat memperkuat strategi konten dan interaksi digital dengan mengoptimalkan penyajian konten yang bersifat interaktif dan personal guna meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun kedekatan dengan konsumen, seperti penggunaan fitur Instagram Live, Q&A, Hal ini dapat mendorong keterlibatan yang lebih tinggi dan memperkuat hubungan emosional

antara brand dan audiens. Keterbatasan pada Penelitian ini tidak menyertakan pengukuran kuantitatif secara langsung terhadap tingkat *brand awareness* audiens sehingga efektivitas strategi yang dimaksud belum terukur secara statistik.

2. Peningkatan Upaya Menuju *Top of Mind Awareness* Karena sebagian konsumen masih berada pada tahap recall, misalnya melalui storytelling berkelanjutan, endorsement dari figur publik, atau kampanye yang viral.
3. Penulis berharap untuk Penelitian selanjutnya dapat memperluas fokus dengan membandingkan efektivitas promosi digital di berbagai platform sosial media seperti TikTok, Facebook, atau YouTube. Studi lebih lanjut mengeksplorasi dampak promosi digital terhadap keputusan pembelian konsumen secara lebih mendalam melalui pendekatan kuantitatif.