

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil serta pembahasan penelitian mengenai *social media marketing* Eraspac dalam membangun *brand awareness* melalui TikTok @myeraspace, maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan *Social Media Marketing* yang dilakukan oleh Eraspac bernilai baik dalam penerapannya. Aktivitas *social media marketing* yang peneliti temukan di lapangan selaras dengan pengaplikasian dari model *digital content marketing* yaitu *strategic approach, content creation, content distribution, engagement, dan measurement and optimization*. Melalui aktivitas tersebut terbangun nya *awareness* di TikTok serta dapat memperluas jangkauan pasar digital. Strategi terlihat dari konsistensi konten yang relevan, penggunaan tren serta pendekatan kreatif dan interaktif dengan audiens.
2. Berdasarkan sudut pandang *followers, brand awareness* dari TikTok @myeraspace terbentuk dari beberapa kategori tahapan dari ketidaktahuan terhadap *brand, pengenalan brand, penguatan brand, hingga brand* menjadi pilihan utama. Keberhasilan Eraspac dalam membangun *brand awareness* tidak hanya didorong dengan kualitas konten yang menarik, tetapi juga dibangun dengan kemampuan membangun koneksi emosional dengan *followers*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian *Social Media Marketing* Eraspace dalam membangun *Brand Awareness* melalui TikTok @myeraspace , maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat diterapkan bagi :

1. Bagi Eraspace perlu terus mempertahankan dan mengembangkan strategi *social media marketing* yang telah berjalan dengan baik, khususnya melalui platform TikTok. Penguatan konten yang interaktif, konsisten, serta relevan dengan tren perlu ditingkatkan untuk mempertahankan *engagement*.
2. Bagi *brand* lain perlunya memahami bahwa membangun *brand awareness* di era digital tidak cukup dengan memproduksi konten, namun diperlukan pendekatan yang strategis. *Brand* juga harus bisa memahami perilaku audiens di setiap platform serta aktif membangun interaksi yang humanis dengan audiens.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan fokus penelitian di platform lainya seperti Instagram, Youtube, Facebook dengan mempertimbangkan perkembangan di dunia digital. Agar dapat memperhatikan inovasi dalam perkembangan *social media marketing*.