

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “*Digital Marketing Rapha’s Juice dan SDW Kitchen (Studi Membangun Brand Awareness Healthy Food di Instagram pada Masyarakat Kota Padang)*”, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rapha’s Juice dan SDW Kitchen melakukan *digital marketing* untuk membangun *brand awareness healthy food* dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*, yaitu pada akun @rapha\_padang dan @sdw\_kitchen. Penggunaan *Instagram* sebagai *digital marketing* Rapha’s Juice dan SDW Kitchen dilakukan dengan beberapa tahapan, diantaranya tahapan impersonal dengan melakukan unggahan pada postingan dan *Instagram Story*, serta menggunakan *emoticon* yang dapat dilakukan pada *caption* postingan. Tahapan selanjutnya yaitu tahapan interpersonal dengan menyebarkan informasi menggunakan jasa *endorsement* dan penggunaan *hashtag*, serta membentuk kesan melalui fitur *comment* dan *direct message*. Tahapan terakhir yaitu *hyperpersonal*, dimana pada tahapan ini terjadi ketika seseorang lebih nyaman melakukan komunikasi dengan bantuan media. Namun, pada hasil penelitian didapatkan bahwa Rapha’s Juice dan SDW Kitchen menganggap bahwa komunikasi pemasaran akan semakin efektif apabila tidak hanya memanfaatkan *digital marketing* saja, melainkan juga melalui *word of mouth* terutama dalam membangun *brand awareness*.

2. Rapha's Juice dan SDW Kitchen memiliki hambatan komunikasi masing-masing dalam menggunakan *Instagram* sebagai *digital marketing*. Hambatan komunikasi pada Rapha's Juice yaitu kurang konsisten terhadap postingan serta masih bingung dalam menentukan konten postingan, masih bingung dalam penulisan *caption* pada postingan, kurangnya pemahaman pengguna media sosial terhadap *healthy food*, serta adanya konsumen yang *hit and run* ketika melakukan pesanan melalui *Instagram*. Sedangkan hambatan komunikasi pada SDW Kitchen yaitu terkendalanya pada desain postingan, pembobolan akun yang pernah terjadi pada *Instagram @sdw\_kitchen*, serta sulitnya jaringan *Wifi* pada tempat produksi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Rapha's Juice dan SDW Kitchen agar dapat lebih optimal dalam memanfaatkan penggunaan *Instagram* sebagai *digital marketing* untuk membangun *brand awareness*. Untuk pengoptimalannya dibutuhkan sumber daya yang mumpuni dalam mengelola *digital marketing* serta konsisten dalam mengelola *digital marketing* sesuai dengan yang direncanakan.
2. Peneliti menyarankan agar Rapha's Juice dan SDW Kitchen tetap menjalankan pemasaran secara konvensional, seperti *mouth to mouth* agar *brand awareness healthy food* dapat semakin meningkat.

3. Bagi kemajuan studi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai upaya yang dilakukan agar *digital marketing* dapat dijalankan lebih optimal bagi para pelaku usaha. Serta perlu dilakukan penelitian mendalam untuk mengetahui tingkat *brand awareness* pada masyarakat ketika menggunakan *digital marketing* sebagai komunikasi pemasaran. Hal tersebut juga diharapkan akan bermanfaat untuk kemajuan bagi para pelaku usaha kecil dan menengah dalam melakukan kegiatan pemasaran.

