



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan konten media sosial Instagram terhadap *brand awareness* PT. Pos Indonesia.
2. Dalam penelitian ini 19,4 % *brand awareness* PT. Pos Indonesia dipengaruhi oleh konten Instagram dan berkorelasi 0,440 dengan hubungan positif sangat sedang.
3. Variabel konten media sosial instagram memberikan prediksi kenaikan sebesar 0,352 terhadap *brand awareness* PT.Pos Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan pada penelitian selanjutnya, peneliti yang lain dapat mengelaborasi variabel-variabel dalam konten media sosial maupun *brand awareness* agar dapat dijadikan variabel sendiri. Kemudian diharapkan pada

penelitian yang akan datang pula, penelitian ini dapat dikembangkan dengan sifat kualitatif untuk mengetahui lebih dalam kenapa hanya 19,4% konten media sosial mempengaruhi *brand awareness* PT. Pos Indonesia.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis memiliki saran praktis, yakni sebagai berikut :

1. Memperbaharui *tagline* dari pos Indonesia, seperti “Pos Indonesia, Menjangkau Cepat Seluruh Negeri”
2. Karena Pos Indonesia dalam strateginya tengah membidik para *milineals* dan para wirausahawan muda untuk menggunakan pos Indonesia, Pos Indonesia dapat membuat kompetisi *mini vlog* mengenai pengiriman paket menggunakan Pos Indonesia.
3. Memberikan pemahaman baru kepada pengguna Pos Indonesia yang lama bahwa Pos Indonesia telah memperbaharui kinerjanya, salah satunya dengan membuat konten di Instagramnya seperti “Testimoni Pelanggan”. Testimoni ini dapat berisi *customer* yang telah menggunakan kembali jasa Pos Indonesia dan mengutarakan bahwa pengiriman menggunakan Pos Indonesia lebih cepat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A