



### **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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi penggunaan *social media* Communicasting Academy dalam membangun *brand awareness*. Strategi yang digunakan oleh Communicasting Academy meliputi enam *Social Media Plan* menurut Peter R. Scott dan J. Mike Jacka, yaitu *goals, channels, engagement, staffing and funding, metrics, dan social media policies*.

Communicasting Academy fokus pada penggunaan *social media* dalam upaya membangun *brand awareness* karena promosi yang disampaikan dapat lebih terarah langsung menuju *target audience* dan konsumen yang dijadikan sasaran dan lebih efektif serta *low-cost*.

Communicasting Academy menggunakan media sosial untuk melakukan promosi, memberi informasi tentang jasa yang ditawarkan dan kegiatan yang dilaksanakan, serta berkomunikasi secara interaktif dengan para *followers*. Media sosial yang digunakan oleh Communicasting Academy adalah Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Keempat platform *social media* tersebut digunakan dengan saling terhubung dan berkesinambungan meskipun digunakan dengan penerapan dan fungsi yang berbeda.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dijabarkan di atas dan tanpa mengurangi rasa hormat serta keinginan peneliti untuk bisa ikut lebih lagi memajukan Communicasting Academy, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Communicasting Academy perlu lebih meningkatkan interaktivitas dalam berkomunikasi dengan *followers* pada akun Instagram dan *fans* pada *Fanpage* Facebook .
2. Di dalam upaya membangun *brand awareness*, diperlukan sebuah dukungan strategi online PR lain, seperti *Search Engine Optimization* yang lebih spesifik tertuju kepada orang yang mencari informasi mengenai industri dimana Communicasting Academy berada.

UMMN