



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh penggunaan konten kampanye “*Think Before You Pick*” terhadap citra merek Sunpride. Selain untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh konten kampanye tersebut terhadap citra merek Sunpride. Peneliti melakukan analisis data dari sebanyak 155 responden yang mengikuti isntagram Sunpride. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten kampanye Sunpride “*Think before you pick*” terhadap citra merek.
2. Pengaruh konten kampanye terhadap citra merek Sunpride sebesar 35.9%. Oleh karena itu, penggunaan konten kampanye “*Think before you pick*” dapat dikatakan cukup signifikan karena mampu memberikan dampak sebesar 35.9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **5.2 Saran**

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini yang disebabkan oleh keterbatasan peneliti. Maka dari itu, peneliti mengajukan sejumlah saran yang diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini sehingga menjadi lebih baik lagi.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran akademis yang diajukan kepada pihak universitas dan juga rekan akademisi lain, yaitu berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara konten kampanye dan citra merek. Sehingga peneliti menyarankan untuk dilakukan penelitian dengan metode kualitatif untuk melihat bagaimana konten kampanye dan citra merek.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran yang dapat diberikan selama melakukan penelitian khususnya untuk Sunpride adalah sebagai berikut:

1. Mengacu pada hasil penelitian, Sunpride dapat mempertahankan konten yang mengacu pada dimensi *credibility* dan *emotion* dikarenakan dimensi-dimensi ini memiliki nilai *mean* tertinggi dengan rata-rata empat. Khususnya pada dimensi *emotion*

2. Terdapat respon netral yang paling tinggi untuk dimensi *association*, di mana responden belum meerasa konten kampanye “*Think before you pick*” mengasosiasikan generasi super you. Maka dari itu, Sunpride harus lebih mengedukasi *followers*-nya mengenai hubungan konsumsi buah Sunpride dengan generasi superyou. Sunpride dapat menggunakan konten yang menarik untuk menggambarkan hidup super dengan asupan nutrisi buah bisa dengan *story telling* atau ilustrasi yang menarik. Selain itu, Sunpride dapat lebih sering memunculkan ikon-ikon super you nya di konten Instagram agar lebih dapat diingat oleh *followers*-nya.
3. Sunpride dapat lebih mengembangkan konten mengenai kesehatan sebagai investasi masa depan. Terlebih karena hampir setengah responden memberikan respon netral mengenai pernyataan ini. Pengembangan konten mengenai investasi kesehatan ini pun dapat dilakukan dengan memberikan edukasi terhadap *followers* bahwa sehat merupakan investasi yang tidak kalah jauh pentingnya dengan investasi lainnya seperti pendidikan, aset, dll. Setelah itu, dapat dikaitkan juga dengan mengkonsumsi buah yang aman seperti yang dimiliki oleh Sunpride menjadi salah satu cara untuk menjaga kesehatan.