

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Pembuatan Konten Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Produk Mie Sedaap Korean Spicy Series" menunjukkan hasil yang dapat menjawab tujuan dari penelitian ini bahwa:

1. Konten media sosial Instagram berpengaruh terhadap *brand awareness* produk Mie Sedaap Korean Spicy Series.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini, bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka, terdapat pengaruh secara signifikan antara pembuatan konten media sosial Instagram @miesedaapid terhadap *brand awareness* produk Mie Sedaap Korean Spicy Series.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang tertera pada Tabel 4.12, menunjukkan bahwa diperoleh $R \text{ square} = 0,465$ yang berarti menunjukkan kontribusi variabel X yaitu konten media sosial Instagram sebesar 46,5%, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh sebesar 46,5% konten media sosial Instagram @miesedaapid terhadap *brand awareness* produk Mie Sedaap korean Spicy Series, sedangkan 54,6% faktor lainnya tidak dapat disebutkan dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan hasil penelitian dari penelitian ini didapatkan data bahwa sajian gambar yang menarik dan informasi yang jelas yang disajikan dalam sebuah konten dalam akun media sosial Instagram @miesedaapid

menjadi salah satu faktor yang sangat mendukung terciptanya *brand awareness* yang produk Mie Sedaap Korean Spicy Series.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini mendapatkan data bahwa variabel X yaitu konten media sosial Instagram mempengaruhi variabel Y yaitu *brand awareness* sebesar 46,5%. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam lagi faktor-faktor yang belum dibahas untuk mengembangkan dan meningkatkan *brand awareness* suatu produk tidak hanya dari segi *social media*, tetapi dari aspek *marketing communications* lainnya, seperti *advertising*, *personal selling*, *public relations*, *event*, *sponsorship*, *sales promotion*, dan lainnya yang belum dapat disebutkan. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan wawancara dengan pihak terkait untuk mengembangkannya menjadi penelitian kualitatif untuk melihat strategi dari *social media marketing*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, saran untuk Mie Sedaap dalam mengelola konten *social media*, yaitu:

1. Dalam penelitian ini, dimensi visual dalam variabel X menghasilkan data positif terhadap variabel *brand awareness*. Oleh karena itu, dalam mengelola konten media sosial Instagram @miesedaapid perlu ditanamkan kekayaan gambar, tulisan, dan warna, sehingga dapat meningkatkan *online engagement* dan *interest* dari *target audience*.

2. Dalam penelitian ini, dimensi *curated* menghasilkan data positif terhadap variabel *brand awareness*. Oleh karena itu, informasi yang disediakan mengenai produk Mie Sedaap selain harus jelas, juga harus mudah ditemukan informasinya, sehingga memudahkan *target audience* dalam mencari informasi terbaru mengenai produk Mie Sedaap.
3. Disarankan juga untuk memaksimalkan kemampuan *social media specialist* dari Mie Sedaap untuk tetap mempertahankan performa dari akun media sosial Instagram Mie Sedaap.