



### **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

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan dan dianalisa, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa poin dari bagaimana strategi *marketing communications* yang dilakukan Dough Darlings dalam menciptakan *brand awareness* dan bagaimana pemanfaatan *social media* dalam menciptakan *brand awareness* sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan Dough Darlings yaitu strategi *pull* dan *strategi push* dengan pemanfaatan The 3M yang dikatakan dalam Smith & Zook (2011). Strategi *marketing communications* yang dilakukan Dough Darlings dilakukan untuk menciptakan *brand awareness* pada calon konsumen di target pasar Dough Darlings sehingga produk Dough Darlings dapat dinikmati oleh masyarakat dalam maupun luar Indonesia. Dough Darlings menggunakan *sales promotion, publicity, direct marketing, personal selling* pada jalur *online* dan *offline* sebagai *marketing communications mix tools* dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Mengacu pada sistem perencanaan SOSTAC *planning system*, Dough Darlings dalam melakukan evaluasi masih bersandar

pada respon konsumen dalam penjualan dan jumlah *like* serta *comment* pada Instagram saja yang belum dapat diukur secara pasti dan dijadikan acuan perencanaan berikutnya.

2. Pemanfaatan *social media* dalam menciptakan *brand awareness* oleh Dough Darlings yaitu dengan mengkomunikasikan segala kegiatan *marketing communications*, baik *online* maupun *offline*, yang telah direncanakan kepada target konsumen. *Social media* merupakan jalur utama bagi keberlangsungan usaha Dough Darlings sejauh ini. Seluruh kegiatan mulai dari memberikan informasi sampai pada melakukan pembelian dapat dilakukan via *official website* [www.doughdarlings.com](http://www.doughdarlings.com). Dan mayoritas kegiatan komunikasi dan promosi dilakukan melalui Instagram.

UMMN

## 5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini bagi

### 5.2.1 Saran akademis.

Saran akademis peneliti bagi peneliti selanjutnya adalah meneliti pengaruh *owners* terhadap *brand image* Dough Darlings mengingat dalam penelitian ini ditemukan bahwa peranan SDM terlebih para *founders* dan *owners* sangat memegang peranan penting serta menjadi kekuatan dan memberikan kesempatan bagi Dough Darlings di dalam bisnis dan pencapaian tujuan Dough Darlings. Hal tersebut juga menjadi penekanan pada publisitas-publisitas mengenai Dough Darlings yang mayoritas menyebutkan nama-nama di balik lahirnya Dough Darlings.

### 5.2.2 Saran Praktis.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada Dough Darlings dan para pelaku bisnis untuk melakukan proses evaluasi yang baik, benar dan kuat sesuai dengan kerangka evaluasi yang ideal. Karena evaluasi merupakan hal yang fundamental dan memegang peranan penting dalam pengambilan langkah dan perencanaan berikutnya bagi bisnis yang kemudian berkaitan dengan upaya pencapaian objektif perusahaan atau bisnis.