

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Dalam mempromosikan produknya, @viveoil.id sudah menggunakan *content marketing* dan *social media marketing*. Konten @viveoil.id dibuat langsung oleh owner sesuai dengan trend yang beredar dan *social media marketing* yang diterapkan @viveoil.id meliputi empat dimensi yaitu *online communities, interaction, sharing of content, accessibility, dan credibility*.
2. Fokus promosi yang dilakukan oleh @viveoil.id selama ini lebih kepada *social media*, terutama penggunaan Instagram dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada seperti *followers, konten, visual, dan caption* untuk menarik konsumen.
3. Berdasarkan hasil pembahasan juga dapat disimpulkan juga bahwa @viveoil.id saat ini masih berada di *Brand Recognition*.
4. Beberapa hal-hal yang dilakukan @viveoil.id dalam membentuk *brand awareness @viveoil.id* yaitu pada tahapan *unaware of brand* pengenalan produk kepada calon konsumen dengan cara sering membuat konten, sering menyebutkan nama produk, menyebutkan manfaat produk, dan meningkatkan kesadaran calon konsumen bahwa mereka membutuhkan produk yang ditawarkan. Pada tahapan *brand recognition* dengan menggunakan nama, kemasan, harga, dan *packaging* yang menarik. Dalam membentuk *brand recall*, @viveoil.id sudah melakukan pemberian harga khusus bagi member,

potongan harga atau diskon, dan juga hadiah/bonus bagi pelanggan @viveoil.id. Dan untuk tahapan *top of mind* perlu adanya kreativitas dan inovasi dalam membuat konten agar produk-produk dari brand @viveoil.id bisa berada dalam tahapan *Top of Mind*

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pembahasan diatas, maka rekomendasi yang dapat diberikan bagi @viveoil.id adalah:

1. Membuat konten yang lebih menarik sebagai *digital marketing* untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan *brand awareness*. Jika dirasa selama ini, keterbatasan waktu owner yang menjadi kendala dalam pembuatan konten, maka perlu menambahkan team khusus untuk membuat konten-konten yang sesuai dengan target pasar @viveoil.id.
2. Perlu lebih mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur yang ada di Instagram agar penggunaan media Instagram sebagai media promosi bisa efektif dan efisien.
3. Membuat tagline khusus yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* @viveoil.id kepada pelanggan.
4. Menggunakan media sosial lain yang juga populer sebagai media promosi misalnya TikTok.
5. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan teori promosi yang berbeda atau melihat strategi pemasaran @viveoil.id secara keseluruhan misalnya dengan menggunakan teori *marketing mix*.