

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa implementasi social media marketing IndiHome PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang dalam membangun brand awareness meliputi :

1. Impelementasi *social media marketing* yang dilakukan oleh IndiHome PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang adalah dengan membangun hubungan yang positif melalui media sosial salah satunya dengan membuat konten yang relevan dan bermanfaat, cara yang dilakukan yaitu dengan melakukan riset terlebih dahulu terhadap konten yang ingin dibuat, dalam melakukan penyebaran kontennya PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang mengidentifikasi target *audiens* yang tepat untuk konten yang akan disebar, PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang juga menggunakan *ads* pada media sosial untuk mempromosikan dan menyebarkan konten yang telah dibuat, salah satu konten yang dibuat adalah konten hiburan seperti melakukan *giveaway* kepada *followers* media sosial IndiHome Tangerang, PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang juga mempromosikan tautannya melalui *bio*, *story* dan *caption* pada konten di media sosialnya, media sosial yang digunakan antara lain *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* dan *TikTok*.
2. Dalam membangun *brand awareness* PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membangun kesadaran merek atau *brand awareness*, salah satu caranya yaitu dengan menggunakan konten promosi produk sebagai media iklan pada media sosial, PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang juga memiliki batasan serta keunikan untuk membuat iklan, yaitu iklan yang akan

ditampilkan tidak boleh mengandung unsur sara, politik dan menyinggung *competitor* lain serta desain iklan harus menggunakan warna merah dan putih dengan menyertakan *tagline* #AktivitasTanpaBatas dan #InternetnyaIndonesia, iklan juga harus menyertakan logo dari IndiHome sehingga iklan tersebut memiliki ciri khasnya tersendiri dan dapat membedakan dengan iklan *competitor*, hal tersebut bertujuan agar konsumen menjadi lebih aware terhadap produk IndiHome sehingga dapat membangun *brand awareness*.

## 5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari masih banyaknya kekurangan di dalam penelitian ini, maka dari itu peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai implementasi *social media marketing* IndiHome WITEL Tangerang dalam membangun *brand awareness* dapat menjadi sebuah masukan bagi pihak IndiHome WITEL Tangerang dalam usahanya mempromosikan produknya kepada konsumen, sehingga hasil yang di dapat akan menjadi lebih optimal. IndiHome WITEL Tangerang bisa melakukan berbagai macam inovasi baru dalam mempromosikan produknya seperti menambahkan fitur komunitas/*community* pada media sosial agar terciptanya kesadaran masyarakat atau khalayak terhadap produk tersebut.
2. Untuk meningkatkan hasil yang lebih maksimal pada penerapan *social media marketing* PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang diharapkan untuk menambah akun media sosial baru yaitu facebook, karena masih banyak masyarakat atau konsumen yang aktif menggunakan facebook.
3. Selalu konsisten dengan konten yang dibuat karena konten merupakan hal penting dalam media sosial untuk menarik minat masyarakat atau konsumen sehingga dapat membangun *brand*

*awareness* dan menciptakan hubungan positif terhadap konsumen atau Masyarakat sekitar.