

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai bagaimana merancang *digital content marketing* pada media sosial Instagram untuk memperluas pasar usaha Souvenir Cek Ala, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode *design thinking* yang terdiri dari 5 tahap yakni *emphatize, define, ideate, prototype, dan test* digunakan dalam proses perancangan *digital content marketing* sehingga diperoleh solusi permasalahan berupa desain *digital content marketing* untuk dipublikasikan pada media sosial Instagram Souvenir Cek Ala secara konsisten untuk menjangkau pasar yang lebih luas akibat belum adanya kekonsistenan dan aktifasi akun Instagram sebagai media pemasaran digital.
2. *Content marketing* yang telah diproduksi dan distribusi berhasil mengaktifkan akun Instagram yang sudah ada dengan publikasi secara berkala dan memperoleh tanggapan responden tertinggi pada dimensi *ethical and honesty* sehingga menjadikan merek Souvenir Cek Ala menempati ingatan calon pelanggan sebagai kategori tertentu atau dimensi *brand recall* serta konten berupa *reels* mendapatkan respon tertinggi dilihat dari *insight* akun Instagram Souvenir Cek Ala.
3. Pengujian yang dilakukan menunjukkan *content marketing* Souvenir Cek Ala di media sosial Instagram berpengaruh sangat kuat dengan mendapatkan koefisien korelasi sebesar 0.832 dan mempengaruhi sebesar 69,3% terhadap *brand awareness* untuk memperluas pasar usaha Souvenir Cek Ala.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa hal untuk dilakukan, yakni:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan oleh Souvenir Cek Ala untuk menerapkan *content marketing* secara konsisten dalam menjalankan usahanya terutama konten yang mengedepankan kejujuran sehingga dapat terus meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan konten yang dapat memicu emosi calon pelanggan sebagai sarana untuk memperluas pasar usaha dengan menjadikan merek Souvenir Cek Ala diingat oleh calon pelanggan.
2. Penulis berharap dapat diadakannya pelatihan *digital content marketing* untuk mendukung sumber daya pada Souvenir Cek Ala sehingga dapat melanjutkan keaktifan media sosial Instagram saat ini.
3. Penulis berharap penelitian mengenai *digital content marketing* ini dapat dijadikan referensi dan dilakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam.