

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang penulis peroleh dari hasil penelitian strategi periklanan *VIZ Event Organizer* melalui *caption instagram* dalam membangun *brand awareness* adalah sebagai berikut:

1. *VIZ Event Organizer* fokus menggunakan media *instagram* karena dianggap *instagram* adalah *social media* yang sangat mudah untuk diakses kapanpun dan dimanapun setiap orang atau *target market* bisa mengakses *instagram*, sehingga melalui *instagram* *VIZ* dapat memberikan pesan iklan dengan baik yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.
2. Ide kreatif yang dibuat oleh *VIZ Event Organizer* melalui *instagram* yaitu menonjolkan *caption* yang berisikan informasi seputar pelayanan jasa *party planner*, dan merekomendasikan kepada *target market* akan *event* yang menarik dan *up to date*.
3. Strategi periklanan *VIZ Event Organizer* *instagram* dalam membangun *brand awareness* adalah dengan menguangkan ide kreatif dalam mempromosikan jasa melalui *caption instagram* *VIZ Event Organizer*, yang berisikan tentang jasa yang ditawarkan, menggugah perhatian masyarakat akan fenomena *party planner*, dan memberi informasi bahwa masyarakat dapat dengan mudah mewujudkan *event* tersebut.
4. *VIZ Event Organizer* ingin membangun dan menanamkan *brand awareness* yang baik di benak masyarakat akan jasa *VIZ Event Organizer* dengan pelayanan *party planner* yang *up to date*.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dalam strategi periklanan *VIZ Event Organizer* melalui *caption instagram* dalam membangun *brand awareness*, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Media yang digunakan sebaiknya jangan melalui *social media* saja, tetapi juga menggunakan media yang sifatnya *BTL (Below The Line)* seperti *event* dan lain-lain.
2. Strategi periklanan yang dilakukan *VIZ Event Organizer* melalui *caption instagram* dalam membangun *brand awareness* lebih dimaksimalkan lagi, informasi yang diberikan sebaiknya tidak hanya melalui *instagram* saja, tetapi melalui media lainya.
3. Sebaiknya dalam menentukan ide kreatif untuk menentukan strategi yang dibuat lebih dipikirkan lagi secara lebih matang agar iklan yang dibuat tidak menjadi sia-sia dan masyarakat yang mengkonsumsinya menjadi lebih banyak dan meluas sesuai dengan tujuan yang di-inginkan.
4. Lebih *update* dalam memberikan informasi, sehingga masyarakat lebih tertarik menggunakan jasa yang diberikan.