

## **BAB V. PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Bank Mega menggunakan media sosial TikTok untuk meningkatkan kesadaran mereknya, adapun cara yang mereka gunakan adalah:

1. Membuat sebuah persona media sosial yang menghibur
2. Membuat konten yang lucu namun tetap informatif
3. Membalas komentar pada kontennya agar terjadi interaksi dengan pengikutnya

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait kesadaran merek atau media sosial serta studi netnografi, yaitu:

#### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai studi netnografi Kozinets dengan meningkatkan penggunaan AI atau penggunaan alat bantu lain dalam melakukan analisis data yang jumlah datanya sangat banyak.
2. Peneliti mengharapkan bahwa penelitian selanjutnya terhadap kesadaran merek dapat dilakukan di *platform* media sosial lain seperti X, Instagram, dan Facebook dengan *brand* yang berbeda agar terlihat baik perbedaan maupun persamaan dalam meningkatkan kesadaran merek *brand* lain

#### **5.2.2 Saran Praktis**

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa konten – konten lucu yang disebarakan melalui media sosial TikTok mampu membantu sebuah *brand* dalam meningkatkan kesadaran mereknya. Maka dari itu untuk *brand* yang ingin

meningkatkan kesadaran mereknya dapat menjadikan TikTok salah satu media yang cocok, dengan catatan konten yang dibuat sesuai dengan mayoritas audiens TikTok yang menyukai konten lucu dan menghibur namun tetap informatif.