

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan yang peneliti lakukan mengenai *Digital branding* Temata Agency Dalam Membentuk *Brand Awareness*, peneliti dapat membuat kesimpulan dari penelitian ini. Strategi *digital branding* yang dilakukan Temata Agency untuk meningkatkan *brand awareness* klien, melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Konten menjadi strategi *digital branding* Temata untuk membantu merek membentuk *brand awareness* klien-nya. Konten informatif dengan visualisasi menarik, dapat meningkatkan interaksi dengan audiens, membantu membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan dan meningkatkan trafik media sosial.
2. Visualisasi konten yang sesuai dengan identitas merek membantu menanamkan pesan merek yang lebih kuat di benak pelanggan. Temata membantu visualisasi merek menjadi lebih konsisten dan sesuai dengan identitas merek. Konsistensi penggunaan elemen visual merek, seperti warna, logo, tipografi, dan gaya grafis sangat penting untuk membangun dan meningkatkan kesadaran merek.
3. Temata menerapkan gaya komunikasi "*Write Like A Human, Not A Robot*", yang menekankan komunikasi yang lebih santai tanpa bergantung pada aturan formal. Gaya komunikasi ini lebih sederhana, mudah dipahami, dan dekat dengan emosi pelanggan. Gaya komunikasi yang ramah membangun hubungan dengan audiens dan meningkatkan interaksi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sehubungan dengan skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, peneliti berharap skripsi ini akan memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi para peneliti dan akademisi yang ingin mencoba dan melakukan penelitian dengan judul yang serupa dengan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini akan membantu dalam penulisan karya ilmiah peneliti selanjutnya.

2. Kepada Temata Agency, diharapkan untuk memaksimalkan platform media sosial lain untuk meningkatkan jangkauan dan keberhasilan *digital branding*. Eksplorasi konten unik dan sesuaikan dengan gaya serta kebutuhan audiens di setiap platform.