

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan paparan di bab 4, peneliti menyimpulkan bahwa Museum Kebangkitan Nasional menggunakan beberapa pendekatan *digital branding*, sebagai berikut: Pertama, perencanaan *digital branding* yang meliputi *website*, *search engine optimization (SEO)*, *social media marketing*, *online advertising* dan *email marketing*. Museum Kebangkitan Nasional tidak memiliki rujukan konsep terkait *digital branding*, hanya saja Humas berinisiatif membuat konsep *digital branding* tersebut. Dengan pendekatan tersebut, generasi muda mengenal Museum Kebangkitan Nasional. Namun, mereka tidak tertarik berkunjung lanjutan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti, sebagai berikut :

1. Untuk Museum Kebangkitan Nasional, peneliti berharap skripsi ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk ke depannya bisa lebih baik lagi. Peneliti memberikan saran untuk lebih aktif membagikan informasi berupa konten yang lebih menarik dan menasar kepada anak muda
2. Untuk Universitas Islam 45 Bekasi, peneliti berharap supaya bisa memperbanyak buku-buku rujukan terkait *digital branding* dan *brand awareness* di perpustakaan karena hal tersebut sangat penting dalam ranah komunikasi dan bidang *industry* lainnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap supaya skripsi ini dapat menambah wawasan dan keilmuan serta bisa menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya untuk memperdalam lagi pembahasan terkait efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam proses *digital branding* Museum Kebangkitan Nasional atau bidang usaha lainnya.