

## BAB V.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh pemaparan dan rangkaian proses penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan analisis strategi *branding* PT Tujuhari Kreasi Indonesia melalui akun Instagram @tujuhari\_, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

- a. PT Tujuhari Kreasi Indonesia menggunakan strategi *branding personality* yang fokus ke dalam pembentukan *brand personality* dari Tujuhari.
- b. Tujuhari menggunakan strategi *branding personality* dengan menerapkan berbagai macam cara seperti penggunaan tema productivity, hastag #Tujuharicoffee, #coffeeandculture, serta mengadakan berbagai macam acara atau kolaborasi untuk lebih mendukung *branding personality* mereka sebagai *coffee shop* yang mendukung seluruh gerakan atau kegiatan kreatif.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Tujuhari harus lebih konsisten dalam menggunakan seluruh hastag yang ada, karena hastag tersebut merupakan bagian dari strategi *branding* yang harus diterapkan. Tujuhari juga harus mengadakan evaluasi rutin terhadap kinerja yang mereka lakukan terkait dengan menggunakan strategi *branding personality* melalui Instagram @tujuhari\_.