

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan menyimpulkan mengenai strategi visual *branding* pada Instagram Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto dalam membangun *brand awareness* dan juga memberikan saran yang peneliti harap dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait.

5.1 Kesimpulan

1. RSOP melakukan diferensiasi melalui proses penciptaan identitas visual yang unik sebagai bentuk cerminan dari karakter RSOP itu sendiri seperti penggunaan warna kuning, hijau, dan warna netral seperti putih dan hitam yang diterapkan dalam berbagai media pemasaran dan penerapan slogan berupa profesional dan menyenangkan, serta penggunaan maskot RSOP yaitu Kang Padi pada beberapa unggahan.
2. Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto menerapkan model kolaborasi *integrated marketing team*, dimana kolaborasi dilakukan dengan tim internal RSOP itu sendiri.
3. RSOP menciptakan inovasi-inovasi sesuai dengan aspek *a great name deserves great graphics* dan *communicate online*. Ditunjukkan dengan desain visual pada penggunaan font yang tegas dan penerapan aset foto RSOP pada konten visual yang membawa kesan profesionalitas, serta penerapan warna kuning yang membawa kesan menyenangkan serta menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, dan Facebook.
4. Implementasi disiplin *validate* atau validasi dalam proses *branding* Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto belum dilakukan secara maksimal. RSOP belum pernah melakukan riset terhadap audiens terkait hal-hal *branding* perusahaan, khususnya pada konten visual di media sosial RSOP.
5. Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto menerapkan aspek *new paradigm* dan *continuing program*. Dengan melakukan pembaruan dan variasi visual pada konten Instagram, memaksimalkan pemanfaatan Instagram Ads, serta konsisten dalam pembuatan konten edukasi, informasi, dan konten pilar lainnya.

6. Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto menjalankan strategi visual *branding* dalam rangka menciptakan identitas visual yang harapannya dapat meningkatkan *engagement* Instagram RSOP dan membangun *brand awareness* supaya RSOP mendapatkan kepercayaan dari masyarakat serta dapat bersaing dengan rumah sakit khusus orthopaedi lainnya di tingkat nasional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran berupa saran praktis dan saran akademis sebagai berikut :

1. Saran Praktis

- a. Selain itu, peneliti menyarankan kepada tim *digital marketing* RSOP agar dapat memproduksi dan mengunggah konten secara rutin, dan lebih bervariasi dari sebelumnya supaya audiens tidak bosan dengan konten tetapi pesan tetap dapat tersampaikan dengan baik.
- b. Selanjutnya, agar dapat melihat bagaimana *feedback* atau umpan balik dari sisi audiens, RSOP perlu mengadakan survei atau riset kepada audiens terkait konten visual pada Instagram RSOP yang dapat menginspirasi dan memvalidasi inovasi-inovasi *branding* yang telah dibuat.

2. Saran Akademis

- a. Bagi peneliti yang ingin mengkaji mengenai strategi komunikasi visual khususnya, visual *branding* dapat melakukan penelitian menggunakan metode penelitian yang berbeda.
- b. Berdasarkan hasil temuan peneliti di atas, dalam penelitian ini hanya melihat strategi visual *branding* dari informan kunci yakni seorang *digital marketer*. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat dikembangkan menjadi penelitian yang lebih dalam dan melihat bagaimana pengelolaan visual *branding* pada lembaga lain.