

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten visual *Instagram* Kampus IIB Darmajaya memiliki pengaruh terhadap tingkat *brand awareness*, terutama dari aspek kejelasan informasi, yang terbukti paling berpengaruh dibanding elemen estetika lainnya. Model klasifikasi menggunakan algoritma *Naïve Bayes* mampu mengelompokkan tingkat *brand awareness* audiens secara efektif. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa konten video seperti reels lebih disukai oleh audiens dibandingkan konten gambar biasa, serta konsistensi tema dan warna membantu audiens mengenali identitas kampus dengan lebih mudah. Temuan ini menunjukkan pentingnya penyajian informasi yang jelas, menarik, dan konsisten dalam membangun kesadaran merek melalui media sosial.

5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian ini, disarankan agar pihak Kampus IIB Darmajaya lebih fokus dalam menyajikan konten *Instagram* yang informatif dan jelas, karena kejelasan informasi terbukti memiliki pengaruh besar terhadap *brand awareness*. Selain itu, pembuatan konten dalam bentuk video atau reels yang menarik dan relevan perlu ditingkatkan karena lebih disukai oleh audiens. Konsistensi penggunaan warna dan tema visual juga perlu dipertahankan agar konten mudah dikenali dan memperkuat identitas kampus. Untuk strategi jangka panjang, kampus dapat menggunakan model klasifikasi serupa secara berkala sebagai alat evaluasi efektivitas konten, serta mempertimbangkan elemen lain seperti caption dan interaksi pengguna untuk hasil analisis yang lebih komprehensif.