

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan, media sosial Instagram merupakan media sosial yang tepat untuk dijadikan media komunikasi pemasaran. Dalam analisa yang dilakukan oleh peneliti pada akun Instagram @tteokbokki_island, peneliti menemukan Instagram memiliki kegunaan yang mendukung 5 (lima) dimensi yang dimiliki oleh konsep *Social Media Marketing*, mulai dari *Online Communities*, *Interaction*, *Sharing Of Content*, *Accesibility*, *Credibility*.

Dalam akun Instagram @tteokbokki_island, *Online Communities* memiliki peran untuk mengumpulkan *followers* @tteokbokki_island yang terbentuk sebagai komunitas *online* dari @tteokbokki_island. Sementara *Interaction* bertugas untuk menjalin dan menjembatani komunikasi yang dilakukan oleh @tteokbokki_island dengan *customer* sehingga terjadi interaksi dua arah, untuk *Sharing Of Content* memiliki tugas untuk membagikan konten yang bertujuan untuk memberikan dan membagikan foto-foto produk dan *short video* kepada *customer* sehingga pengikut yang sudah lama mengikuti Instagram @tteokbokki_island semakin tertarik kepada konten yang disajikan, *Accesibility* memberikan kemudahan untuk *customer* mengakses atau melihat konten-konten, atau foto produk dari @tteokbokki_island, *Credibility* bertugas untuk memberikan kepercayaan kepada *followers* dengan memberikan informasi *real* yang dapat di percaya dan di terima oleh *followers*.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia membawa dampak baik bagi perkembangan ekonomi. Sifat UMKM yang mudah diaplikasikan ke dalam berbagai sektor menjadikan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru. UMKM saat ini sedang berlomba-lomba dalam menciptakan kreativitas dan melakukan terobosan baru dalam melakukan aktivitas bisnis, yaitu dengan memanfaatkan sosial media yang saat ini berkembang seperti Instagram untuk melakukan bisnisnya.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan dan penjelasan dari bab sebelumnya, maka saran dari penelitian ini adalah :

1. Subjek Penelitian

Para pelaku UMKM khususnya usaha kuliner untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran untuk dapat bersaing mengikuti perkembangan zaman sekarang ini supaya tetap *survive* dan mempertahankan usahanya. Sebaiknya lebih mengembangkan inovasi-inovasi baru dalam pemasaran khususnya melalui media sosial Instagram dengan menggunakan fitur yang ada didalamnya sehingga lebih menarik dalam *upload* foto dengan melibatkan khalayak luas.

2. Penelitian Selanjutnya

Alangkah baiknya jika pada penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mendorong adanya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pemasaran *online*.