

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah peneliti kemukakan, media sosial Instagram merupakan salah satu media yang tepat untuk dijadikan sebagai salah satu media promosi. Dalam analisa yang dilakukan oleh peneliti pada akun Instagram @yuwascarf, peneliti menemukan Instagram memiliki fitur atau fungsi yang berhasil memenuhi dari tujuh total keseluruhan elemen dari *7C Framework*, mulai dari *context*, *content*, *community*, *communication*, *connection*, *commerce*, dan *costumization*.

Dalam akun Instagram @yuwascarf, *Context* memiliki peran untuk menarik minat para pengguna Instagram, *Content* berperan sebagai penentu respon pengguna Instagram atau target sasaran, kemudian *Community* memiliki peran untuk menyebarkan pesan yang disampaikan secara luas dan personal, *Communication* mendorong terjalin nya interaksi antara akun Instagram @yuwascarf dengan para pengguna Instagram lain atau target sasaran, *Connection* memberikan kemudahan untuk mengakses informasi atau melakukan perpindahan informasi dengan hanya sekali klik saja melalui tautan atau *link* yang ada pada *bio profile* akun Instagram @yuwascarf, kemudian adalah *Commerce* yang mendorong terjadinya transaksi atau pembelian terhadap produk-produk yang ditawarkan akun Instagram @yuwascarf. Kemudian yang terakhir adalah *Costumization* yang dalam hal ini digunakan sebagai pemanfaatan fitur *highlight* yang ada pada media sosial Instagram untuk mengumpulkan suatu produk yang sama dari beberapa postingan. Kekuatan atau kunci utama media sosial Instagram yaitu terletak pada elemen *content*, *community*, dan juga *connection*.

5.2 Saran

- 1) Diperlukan konsistensi ketika mengunggah, baik dalam kualitas gambar dan video maupun informasi yang dituliskan.
- 2) Buatlah konten-konten yang lebih bervariasi, unik, serta menarik, kemudian sebisa mungkin disesuaikan dengan minat konsumen atau lebih baik lagi ketika konten mengikuti suatu tren yang sedang berlaku pada saat ini.
- 3) Lebih memaksimalkan lagi fitur pemberian *hashtag* pada suatu postingan-postingan yang di *upload*, karena ini berguna untuk para target sasaran ketika sedang melihat postingan-postingan @yuwascarf, mereka mengklik *hashtag* tersebut maka akan langsung terhubung dengan postingan lain secara cepat dan mendapatkan lebih banyak informasi lagi, misal seperti pemberian *hashtag* pada postingan promo, diskon, ataupun *style fashion*.
- 4) Diperlukan respon yang lebih baik lagi, terutama dalam kolom komentar, karena apabila interaksi antara akun @yuwascarf dengan para *followers* nya terjadi pada kolom komentar dan semakin sering ini terjadi, maka akun @yuwascarf akan terlihat lebih atraktif lagi oleh para pengguna Instagram.
- 5) Penelitian ini merupakan penelitian tentang media sosial Instagram yang dijadikan sebagai media promosi oleh akun @yuwascarf. Saran peneliti kepada peneliti lain apabila akan meneliti dengan permasalahan yang sama, peneliti menyarankan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur keefektifan media sosial Instagram lebih dalam lagi sebagai suatu media promosi. Dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih berkembang.