

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terkait “Analisa 7C Framework pada media sosial Instagram @dessertdarlings periode 2022” dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram merupakan salah satu sarana untuk mempromosikan sebuah bisnis dengan secara *online*, dalam analisa yang telah dilakukan oleh peneliti pada akun Instagram @dessertdarlings bahwa peneliti telah menemukan Instagram mempunyai fitur yang berhasil dalam memenuhi ketujuh elemen 7C Framework yaitu, *context*, *content*, *community*, *customization*, *communication*, *connection*, dan *commerce*.

Peneliti telah menarik kesimpulan berdasarkan penjelasan mengenai elemen *context* yang terwujud dalam keempat video *reels* yang telah dianalisa oleh peneliti, yaitu terdapat isi pesan mengenai kegiatan promosi restoran Dessert Darlings yang dituangkan dalam bentuk video, dan konten promosi yang diunggah dapat menarik perhatian para penonton ataupun *followers*. Pada elemen *content* menjelaskan keempat video tersebut mempunyai isi pesan promosi yang memperlihatkan interior restoran tersebut, makanan dan minuman yang dijual serta penawaran lainnya contohnya seperti penawaran untuk mengikuti *giveaway*. Selain itu terdapat elemen *community* yang terwujud dalam keempat video *reels* tersebut, yakni pengguna Instagram dapat saling berinteraksi satu sama lain dalam akun @dessertdarlings dengan melakukan *like*, *share* dan saling berkomentar.

Adapun elemen *customization* yang dapat terlihat yakni pengelola akun dapat menyesuaikan dua pilihan untuk para *followers* ataupun pengguna Instagram yang ingin melihat konten promosi tersebut, yaitu apakah langsung melalui fitur *reels* Instagram ataupun pada kolase *feeds* Instagram, hal tersebut dapat disesuaikan dengan selera penonton.

Selanjutnya pada elemen **communication** yang menjelaskan terjadinya interaksi antara pengelola akun Instagram @dessertdarlings dengan *followers* melalui komentar, kontak person ataupun informasi yang dituangkan dalam konten promosi. Kemudian terdapat elemen **connection** yang terlihat pada konten *reels* Instagram @dessertdarlings yaitu menggunakan *hashtag* untuk mempermudah *followers* dalam mencari informasi ataupun unggahan terkait restoran Dessert Darlings. kemudian elemen terakhir yang dapat terwujud yaitu **commerce**, elemen tersebut dapat mendorong *followers* untuk mengunjungi restoran Dessert Darlings, dimana pengelola akun berusaha untuk dapat mengunggah konten promosi yang menarik, selain itu dapat dilihat melalui komentar para *followers* yang memberikan testimoni mengenai restoran Dessert Darlings.

Dapat dikatakan oleh peneliti bahwa keempat konten *reels* Instagram @dessertdarlings yang telah dianalisa dengan berdasarkan kategori jumlah *viewers*, *like*, *comment*, dan *share* terbanyak dalam unggahan video *reels* periode 2022, yaitu sama-sama dapat memenuhi tujuh elemen konsep 7C *Framework* menurut Rayport dan Jaworksi (2003) diantaranya yaitu *context*, *content*, *community*, *customization*, *communication*, *connection*, dan *commerce*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait analisa konsep 7C *Framework* pada konten *reels* Instagram @dessertdarlings, peneliti memiliki saran yang dapat menjadi masukan bagi pengelola akun Instagram @dessertdarlings, agar terus konsisten dalam mengunggah konten promosi yang menarik dalam bentuk video maupun foto contohnya seperti konten yang diunggah dapat terus mengikuti suatu *trend* yang sedang berlaku di media sosial saat ini. Selain itu pengelola akun Instagram @dessertdarlings dapat lebih memaksimalkan dalam melakukan komunikasi kepada pengguna Instagram dalam kolom komentar, yaitu dapat selalu merespon setiap komentar yang diberikan oleh pengguna Instagram ataupun *followers* @dessertdarlings.

Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas mengenai media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran *online* pada akun Instagram @dessertdarlings dengan menganalisa menggunakan konsep 7C *Framework*. Adapun saran untuk penelitian berikutnya agar dapat membahas pengaruh media sosial *marketing* atau strategi promosi pada akun Instagram @dessertdarlings dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

