

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan temuan dalam penelitian di atas, Peneliti berpendapat bahwa Instagram @tader.id telah mengaplikasikan keempat pillar strategi media sosial, walaupun tidak semuanya berjalan dengan sempurna. Edukasi yang diaplikasikan oleh @tader.id sudah cukup baik, namun belum mendapatkan *insight* yang maksimal dari *followers*; Interaksi yang terdapat dalam konten @tader.id belum mendapatkan *insight* yang maksimal dari *followers*; Konten Informasi Produk yang dimanfaatkan sebagai media promosi oleh @tader.id telah berjalan dengan baik, bahkan pada saat live, admin @tader.id mampu membuat calon pembeli, seakan-akan sedang berbelanja ditoko; *information content* yang diunggah akun Instagram @tader.id memiliki konsep yang menarik dan informasi yang diberikan dalam konten sangat jelas sehingga konten yang disampaikan dapat memudahkan *audiens* dalam memahami konten tersebut sehingga kegiatan jual beli berlangsung dengan baik.

5.2 Saran

5.2.1 Edukasi Untuk Akun Instagram @tader.id

Content pillar adalah sebuah fondasi awal yang yang diperlukan oleh UMKM dapat fokus pada tujuan untuk membangun brand awareness yang solid dan berinteraksi langsung dengan konsumen sehingga dapat timbul keterlibatan dengan target audiens dari toko atau media sosial, dan dengan strategi pemasaran yang tepat maka hal itu dapat berujung pada tingkat penjualan dan pendapatan bisnis yang bertambah, dan oleh karena itu, diharapkan agar akun Instagram @tader.id dapat mengoptimalkan pemanfaatan konten pillar dalam setiap postingannya.

Dalam observasi yang telah dilakukan, ditemukan adanya beberapa komentar dari *followers* pada beberapa postingan yang belum dan/atau terlalu lama direspon oleh @tader.id. Hal ini akan berdampak terhadap *engagement* toko @tader.id terhadap pelanggan yang akan berdampak juga pada penjualan.

Umumnya pelanggan ingin mendapat servis yang cepat termasuk jika mereka memberikan komentar atau menanyakan sesuatu pada postingan produk @tader.id.

Dalam hal pengambilan gambar atau video konten, diharapkan akun Instagram @tader.id menggunakan peralatan yang lebih proper. Masih ditemukan dalam beberapa postingan foto dan video, produk jaket yang diletakan dilantai. Akan jauh lebih baik jika produk tersebut digantung atau menggunakan manikin agar citra yang timbul akan lebih baik. Konsep ide konten juga diharapkan lebih diperkaya lagi agar konten menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Lokasi pengambilan konten, plot cerita, footage gambar pun diharapkan perlu ditambah variasinya. Hal ini bisa menjadi pembeda dengan kompetitor penjual produk thrifting.

5.2.2 Saran Bidang Akademik

Penulis berharap agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam dengan menggunakan model atau teori yang bervariasi sebagai penggunaan media sosial dan pembahasan yang sejenis yang berkaitan dengan produk fashion maupun produk lainnya seperti FnB (*food and beverage*). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai penggunaan media sosial, khususnya media sosial Instagram, serta dapat diperbaiki kekurangannya.