

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pemasaran di Indogrosir Bogor ini dilandasi atas hasil penelitian yang ditemukan bahwa awalnya Instagram Indogrosir Bogor tidak untuk pemasaran, pemanfaatan tersebut baru mulai dilakukan pada tahun 2018. Kemudian dimaksimalkan pada tahun 2022 dengan mengunggah banyak konten promosi. Instagram Indogrosir Bogor juga memanfaatkan beberapa fitur instagram untuk konten promosi nya. Fitur tersebut dimanfaatkan sesuai dengan bentuk promosinya. Ketika konten berbentuk foto maka di unggah melalui *Feeds*, jika video maka diunggah melalui *Reels*, dan *Story* dipakai untuk mengunggah kegiatan yang sedang berlangsung seperti senam pagi dan acara lainnya. Jenis konten yang disajikan ada dua format, yaitu konten dari Indogrosir Pusat dan juga ada yang konten kreatif yang khusus dibuat untuk Indogrosir Bogor.

Strategi pemasaran untuk konten promosi Instagram Indogrosir Bogor mengunggah tiap hari secara rutin, kemudian memanfaatkan *Story* untuk mengunggah kegiatan yang sedang berlangsung di Indogrosir bogor dan juga mengunggah ulang konten promosi yang masih berlaku. Untuk konten yang dari pusat, tidak langsung diposting, tetapi juga disunting sesuai kebutuhan gerai, menyesuaikan *caption*, tempat, dan informasi promosi. Untuk konten kreatif dibuat sekreatif mungkin dengan memanfaatkan *trend* dan mengikuti format yang sedang viral. Kendalanya ada pada pengikut yang pasif, dengan pengikut 13.300 jumlah *likes* dan komentar tidak signifikan. Konten kreatif biasanya lebih mudah mendapat respon, tapi masalah pengerjaan yang melibatkan pegawai yang ditakutkan mengganggu oprasional. Dengan target pasar yang spesifik yaitu pengusaha UMKM atau wirausaha, dari hasil wawancara dengan empat narasumber menjelaskan bahwa dua orang tidak mengikuti Instagram Indogrosir Bogor justru adalah target pasar Indogrosir Bogor. Selain itu, para pengunjung dari akun

Instagram Indogrosir Bogor hanya untuk melihat promosi tanpa meninggalkan *Likes* dan Komentor, hal ini dibuktikan dengan dua narasumber yang mengikuti akun Indogrosir Bogor hanya mengunjungi akun untuk melihat promosi saja tanpa ada ketertarikan lain untuk melihat konten atau berinteraksi dengan akun Indogrosir Bogor.

Akun Instagram Indogrosir Bogor hanya difungsikan sebagai alat untuk menginformasikan segala produk dan promosi serta bentuk kegiatan yang berlangsung di Indogrosir Bogor, karena dengan pasifnya para pengikut nyatanya bukan menjadi kendala bagi Indogrosir Bogor karena Staff Marketing tidak mendapat tekanan dari atasan dalam mengembangkan akun Instagram Indogrosir Bogor untuk pemanfaatan promosi selain sebagai alat Informasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi kemajuan pendidikan pada umumnya. Adapun saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Mengambil data terkait insight dari Instagram, untuk mengukur kinerja konten pada sebuah akun. Karena selama penelitian staff marketing cukup tertutup dalam hal tersebut, jadi peneliti melakukan penelitian dengan melihat setiap konten dan respon pada Instagram Indogrosir Bogor satu per satu.
2. Mengambil narasumber yang memiliki instagram, pada penelitian ini kesulitan paling utama adalah menemukan narasumber yang memiliki instagram serta mengikuti akun Indogrosir Bogor, dari ketiga narasumber hanya 2 yang mengunjungi akun Indogrosir Bogor, dan hanya 1 yang benar benar mengikuti akun Instagram indogrosir Bogor, dan satu narasumber tidak memiliki minat pada hal tersebut.