

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Content (Isi pesan)** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung memanfaatkan fitur yang ada di Instagram seperti *Home Page* yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dan Insta Story. Profil menampilkan fitur: *Feed*, jumlah *followers* dan *following*, *Story Highlights* dan IG TV. *Comments* menyediakan fitur komentar. *Explore* menampilkan foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. *News Feed* menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Dimana konten @makanpakereceh terbagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:
  - a. **Format Image** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung dibuat sendiri dengan batas untuk mengunggah foto sehari setelah pengambilan gambar.
  - b. **Format Video** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung membutuhkan waktu lebih lama dalam pengeditannya, biasanya video untuk diunggah di *feed* Instagram @makanpakereceh membutuhkan

- c. waktu 3 hari setelah pengambilan gambar dan sebelum memulai pengambilan gambar admin dari @makanpakereceh sudah membuat *script*-nya terlebih dahulu.
  - d. Akun Instagram @makanpakereceh menggunakan pesan yang **informatif dan persuasif** agar isi pesan dari konten yang digunakan akun Instagram @makanpakereceh dalam menyebarkan informasi kuliner di Kota Bandung tersampaikan dengan baik kepada *followers*-nya.
2. **Context (Makna)** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung adalah sebagai berikut:
- a. Dalam menentukan foto maupun bio (profil secara keseluruhan) yang digunakan pada akun Instagram @makanpakereceh dilihat dari **segi estetis** dan juga detail fotonya. Lalu, *Tone* warna juga lebih **warm (hangat)** agar makanan terlihat lebih menarik.
  - b. Akun Instagram @makanpakereceh memilih menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi kuliner di kota Bandung karena dengan media ini merupakan **platform yang digemari dan penggunaannya yang mudah**. Selain itu, penyebaran informasi melalui Instagram ini termasuk yang **tercepat dan tidak banyak menghabiskan waktu dalam melihat kontennya**.
  - c. Akun Instagram @makanpakereceh juga mempunyai akun pada media sosial lain yaitu seperti **twitter, blog, tiktok**, namun akun

@makanpakereceh lebih **fokus ke Instagram** dan mereka sedang mencoba menjalankan dimedia sosial **youtube**.

- d. **Target dan Sasaran** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung, Sesuai data *insight* yang diberikan Instagram, akun @makanpakereceh mempunyai *followers* sebagian besar berasal dari Bandung. Jakarta menempati urutan kedua. 66% perempuan dan 33% laki-laki, berada paling banyak di rentan **usia 18 sampai 34 tahun** dengan lebih dari 70% jumlah *followers*.
- e. **Pengelolaan** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung kunci utamanya **konsisten dan fokus**. Konsisten membahas kuliner dan membagikan di *feed*, fokus dengan apa yang akan selain itu juga “saling sapa” sesama pengguna Instagram dengan memberikan komentar atau *like* foto mereka.
- f. **Pendekatan** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung adalah pendekatan **Storytelling** dengan menggunakan bahasa sehari-hari agar *followers* memiliki kedekatan dengan akun Instagram @makanpakereceh.
- g. **Fitur Hashtag** yang digunakan oleh Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung adalah *Hashtag* yang bersifat General seperti #kulinerbandung

#bandungfoodies #makanpakereceh sebagai **identitas** dari akun Instagram @makanpakereceh.

- h. **Kriteria** dalam menyebarkan informasi kuliner di Kota Bandung adalah kuliner recheh yang dimaksud itu kuliner yang “*worth it*”, yang punya nilai lebih dibanding lainnya. Punya harga terjangkau, biasanya dibawah 50 ribu per-orang, menu *All You Can Eat* 100 ribu-an, atau menu *sharing* dan tidak membahas kuliner non-halal.
  - i. Akun Instagram @makanpakereceh mempunyai **ciri khas** tersendiri dengan karakter yang dibangun untuk panggilan admin yaitu “**Mang Mimin**” sebagai *point of view* untuk menceritakan apa yang mau di sampaikan kepada *followers*.
  - j. **Kelebihan** dari akun Instagram @makanpakereceh yaitu membahas **kuliner murah, “worth it”, halal**, dan juga dalam pembuatan *caption* memakai pendekatan *story telling* (bercerita).
  - k. **Kekurangan** dari akun Instagram @makanpakereceh yaitu foto dan video tidak sebagus *foodblogger* yang lain karena @makanpakereceh tidak menjadikan foto sebagai *selling point*.
3. **Connectivity (Hubungan)** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung adalah dengan melakukan berbagai interaksi sebagai berikut:
- a. **Giveaway** yang dilakukan oleh Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung

bertujuan untuk menghasilkan interaksi dengan *followers* agar mendapatkan *brand awareness*.

b. Akun Instagram @makanpakereceh melakukan interaksi dengan menjawab pertanyaan dari *followers*, baik di kolom **komentar atau Direct Message (DM)**. Selain itu, fitur Instagram *Stories* dimanfaatkan juga untuk mendukung interaksi antara akun @makanpakereceh dengan *followers*.

c. Berbagai macam interaksi membuat akun Instagram @makanpakereceh **selalu terbuka dalam menerima kritik maupun saran**, dimana akun Instagram @makanpakereceh merespon dengan mengucapkan terimakasih dan berusaha mengimplementasikannya.

4. **Continuity (Kesesinambungan)** yang digunakan oleh akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran Info Kuliner di Kota Bandung adalah sebagai berikut:

a. **Frekuensi (Jadwal)** penyebaran informasi kuliner di kota Bandung pada akun Instagram @makanpakereceh sehari 3-4 kali unggahan, lalu tujuan dari pemilihan frekuensi (jadwal) tersebut yaitu untuk 3-4 kali unggahan sehari paling ideal atau pagi sekitar jam 9-10, jam makan siang, sore, menjelang malam paling pas untuk jadwalnya, saat ini akun @makanpakereceh mengunggah pada jam makan siang dan menjelang *prime time*.

b. Akun Instagram @makanpakereceh bekerjasama dengan usaha kuliner seperti *brand-brand* nasional yang sedang kampanye tentang

produknya, atau meningkatkan *brand awareness* produknya dan jumlahnya sudah banyak hampir ribuan.

- c. **Kriteria untuk usaha kuliner** yang akan bekerjasama dengan akun @makanpakereceh yaitu tempat baru yang *instagenic*, tempat/resto mahal yang terdapat menu murah, makanan halal yang mempunyai dapur sendiri tidak bersamaan dengan yang non halal.
  - d. Akun Instagram @makanpakereceh **melakukan Evaluasi** terkait dengan penyebaran informasi kuliner di Kota Bandung yang mana hasil dari evaluasi tersebut akan diterapkan.
5. Penggunaan akun media sosial Instagram @makanpakereceh dalam penyebaran informasi kuliner di Kota Bandung menunjukkan bahwa akun @makanpakereceh berhasil menggunakan media sosial Instagram dengan baik, hal itu dapat dilihat dari berbagai reaksi *followers* melalui kolom komentar, *direct message* (DM) dan *brand* kuliner yang mempercayakan @makanpakereceh untuk bekerjasama.

## 5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Bagi @makanpakereceh

1. Diharapkan kedepannya akun Instagram @makanpakereceh bisa memperluas jangkauan platform yang digunakan, misalnya dengan aktif membagikan kuliner di Kota Bandung melalui platform Tiktok dan Youtube karena saat ini media sosial tersebut juga sedang digemari oleh masyarakat selain Instagram.
2. Diharapkan kedepannya akun Instagram @makanpakereceh meningkatkan kreatifitas dalam pengambilan foto dan video karena saat ini orang-orang lebih menyukai tampilan visual yang menarik. Menarik yang dimaksud adalah tampilan dari foto atau video dapat membuat *followers* tergiur untuk mencoba kuliner yang dibagikan oleh @makanpakereceh.
3. Akun Instagram @makanpakereceh diharapkan lebih aktif membagikan kuliner di Kota Bandung dengan memanfaatkan fitur *Story* pada Instagram karena saat ini orang-orang lebih gemar membuka *Story* daripada timeline.

### 5.2.2 Saran Bagi Universitas

1. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.
2. Peneliti harus memperhatikan dalam menggali lebih dalam informasi mengenai penggunaan akun media sosial Instagram

karena hal tersebut merupakan suatu hal yang saat ini sedang *trend* digunakan.

3. Untuk melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar mempertimbangkan apakah informan penelitian mudah di dapat dan bisa mengatur waktu jadwal wawancaranya dengan jadwal waktu penelitian.
4. Apabila mengambil tema atau isu yang sedang hangat atau momentum yang tidak biasa. Peneliti harus benar-benar memikirkan segala resiko kemungkinan yang terjadi pada penelitiannya. Karena momentum yang tidak biasa tidak mudah untuk mendapatkan informasi.