

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada sub BAB V ini berisikan mengenai akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Peneliti menjabarkan kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti kepada INFOCIMAHI dan peneliti selanjutnya:

5.1 Kesimpulan

1. *Brand Strength* (Kekuatan Merek) dalam penelitian ini, identitas merek INFOCIMAHI dibangun melalui beberapa elemen, seperti pemilihan nama merek, penggunaan warna dan logo yang khas, *tagline* yang mencerminkan keterlibatan dengan pengikut instagram, serta penggunaan bahasa formal dan informal dalam menyampaikan informasi. Pengemasan konten yang konsisten dan rapih, INFOCIMAHI melakukan evaluasi tim setiap bulan, juga berperan penting dalam membangun kekuatan merek INFOCIMAHI. Hal ini mempermudah pengguna instagram, terutama warga Kota Cimahi, untuk mengingat dan memahami jenis informasi yang disampaikan oleh akun instagram @infocimahi.co.
2. *Brand Uniqueness* (Keunikan Merek) dalam penelitian ini, akun Instagram @infocimahi.co membangun keunikan mereknya dengan menyajikan beragam informasi, tidak mengenai Kota Cimahi saja, namun dalam menyampaikan berita media informasi ini tidak terlalu cepat. INFOCIMAHI memiliki konten unik seperti Wilujeng Enjing, Rebo

Nyunda, Toponimi jalan di Kota Cimahi, Jumaah Konten, dan Tes Kecimahian. Informasi disampaikan melalui tahapan riset, verifikasi, validasi, dan produksi. Selain itu, akun ini memiliki panggilan khusus untuk pengikut Instagram, yaitu "cimitizen" yang artinya pengguna internet dari Kota Cimahi.

3. *Brand Favorability* (Keunggulan Merek) dalam penelitian ini akun instagram @infocimahi.co berpegang pada visi dan misi menjadi media informasi yang independen dan tidak terlibat dalam politik. Informasi yang disajikan berkualitas dan sesuai fakta, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pengikutnya, sehingga menimbulkan kepercayaan dan sikap positif. INFOCIMAHI berinteraksi melalui fitur instagram seperti *direct message*, instastory, siaran langsung, dan memberikan tanggapan pada kolom komentar, meskipun respon terhadap komentar pengikut masih perlu ditingkatkan. INFOCIMAHI menjalin kerjasama dengan komunitas Tjimahi Heritage sebagai sumber informasi mengenai sejarah Kota Cimahi. INFOCIMAHI juga menawarkan kepada UMKM layanan *endorsement* dan *paid promote* untuk dipromosikan di media sosial, serta membuat acara di Kota Cimahi, seperti "Cimahi Good Talent". INFOCIMAHI sedang berupaya memenuhi persyaratan untuk akun instagram @infocimahi.co agar dapat terverifikasi oleh Meta Group. Pada saat melakukan pengamatan terdapat masalah terkait penggunaan foto milik orang lain dalam konten tanpa mencantumkan sumber foto.

4. Pembentukan *brand image* akun instagram @infocimahi.co dalam membangun kepercayaan sebagai media informasi di kalangan masyarakat Kota Cimahi berhasil dibangun melalui tiga dimensi pembentukan *brand image* yaitu *brand strength* (kekuatan merek), *brand uniqueness* (keunikan merek), dan *brand favorability* (keunggulan merek). Meskipun sudah berhasil membangun ketiga dimensi ini, masih terdapat hal-hal yang perlu ditingkatkan seperti menyediakan informasi yang lebih terkini, memberikan lebih banyak respon terhadap komentar pengikut, dan memperhatikan informasi, pengemasan, sumber informasi dan dokumentasi untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian. Meskipun demikian pengikut instagram khususnya masyarakat Kota Cimahi mempercayai akun instagram @infocimahi.co sebagai media informasi yang dicari serta dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian pada INFOCIMAHI dalam media sosial instagram @infocimahi.co, peneliti memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh INFOCIMAHI sebagai berikut ini:

5.2.1 Saran Bagi INFOCIMAHI

1. INFOCIMAHI diharapkan dapat lebih cepat dalam memberikan informasi yang sedang ramai diperbincangkan sehingga akan membuat pengikut instagram khususnya masyarakat Kota Cimahi lebih memilih akun instagram @infocimahi.co dibandingkan media informasi lainnya.

2. Dalam membangun interaksi melalui berbagai macam fitur di instagram salah satunya seperti kolom komentar, INFOCIMAHI diharapkan dapat lebih banyak memberikan respon atau membalas komentar kepada pengikut instagramnya, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi *brand image* INFOCIMAHI melalui media sosial instagram.
3. Tim INFOCIMAHI diharapkan dapat memperhatikan informasi, pengemasan, sumber informasi dan dokumentasi sehingga tidak terjadi kesalahan dalam menyajikannya.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian skripsi sebagai berikut ini:

1. Sebelum melakukan penelitian peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempersiapkan judul dan menambah wawasan lebih luas dengan membaca dan mencari referensi terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi proses penelitian, baik dalam mengatur waktu maupun menjaga fisik dan mental agar pengerjaan penelitian ini dapat dilakukan dengan baik.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjaga sikap dan mentaati peraturan agar dapat menjaga nama baik Universitas Komputer Indonesia
4. Selama melakukan penelitian peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjaga sikap agar dapat menciptakan hubungan yang baik dengan informan penelitian.