BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya kepada komunitas *Food Truckers* Bandung, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Perencanaan Kegiatan

Dalam setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh komunitas *Food Truckers* Bandung, pada awalnya dapat disimpulkan bahwa perencanaan kegiatan merupakan tahap awal dan penting untuk kelancaran kegiatan tersebut kepada anggota komunitas yang menjadi dasar dalam kejasama bisnis didalamnya. Diskusi yang selalu dilakukan oleh para anggotanya menjadikan komunitas ini semakin erat hubungannya satu dengan yang lainnya, termasuk hubungan kerjasama bisnis mereka dan pembagian kerja. Diskusi yang mereka lakukan bersifat informal, tidak dengan situasi yang terlalu serius sehingga segala ide dan pendapat dari setiap anggota komunitas dapat mengalir tanpa ada rasa takut. Begitu juga dengan berbagi informasi / *sharing* yang dilakukan setiap anggota komunitas *Food Truckers* Bandung dalam kesempatan kerjasama bisnis yang datang kepada mereka, mengingat komunitas ini juga merupakan komunitas bisnis, bukan komunitas hobi. Hal ini dapat mempengaruhi hubungan

kerjasama yang terjadi baik dalam komunitas itu sendiri ataupun komunitas dengan pihak lainnya.

2. Pengembangan Media

Pengembangan media merupakan bentuk suatu pemerataan rangkaian kegiatan yang sudah direncanakan sebelumnya. Mengembangkan media yang cocok untuk setiap kegiatan komunitas *Food Truckers* Bandung membuat komunitas ini mencapai segala tujuan yang mereka sudah tetapkan pada awanya. Komunitas memilih Instagram sebagai media yang tepat untuk saat ini dalam menyebarkan informasi karena aplikasi ini sedang digandrungi pada saat ini. Hal ini juga yang membuat kerjasama bisnis makin erat dalam komunitas ini karena dengan mudahnya setiap anggota mengakses aplikasi Instagram. Komunitas juga mempersiapkan konten yang mereka butuhkan untuk dihantarkan melalui media yang mereka pilih untuk sebagai penyambung dengan para konsumen ataupun *client* mereka. Dengan tidak adanya divisi khusus yang mempersiapkan konten, anggota saling bekerjasama dalam memenuhi konten yang mereka butuhkan tersebut. Foto dan *video* maupun kata-kata yang berkaitan tentang konten tersebut dibicarakan secara bersama-sama.

3. Eksekusi Media

Eksekusi media menjadi memudahkan segala sesuatu yang sudah mereka rencanakan dan kembangkan menjadi sebuah pesan yang dapat disampaikan kepada khalayak banyak secara langsung. Kesiapan konten dan anggota menjadi faktor utama dalam tahapan ini. Segala sesuatu mereka persiapkan sebelum konten yang mereka sajikan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Kelebihan dalam media yang mereka pilih juga dipergunakan sebaik mungkin, walaupun tidak secara maksimal. Fitur-fitur yang berguna dalam media yang mereka pilih membantu mereka mempersiapkan konten apa saja yang mereka butuhkan. Seperti fitur berbayar yang dimiliki oleh Instagram itu sendiri tidak dilakukan, begitu juga dengan fitur *story* yang bersifat *daily* karena tidak setiap acara berlangsung mereka sempat untuk mendokumentasikannya secara detail. Melalui media yang mereka pilih, konten yang terbentuk dapat diterima dengan baik saat khalayak banyak menerima informasi tersebut dalam media yang mereka miliki. Hal ini menjadikan tujuan dari komunitas *Food Truckers* Bandung dalam memperkenalkan lebih luas lagi kegiatan dan keberadaan komunitas ini semakin mudah.

4. Monitoring

Komunitas *Food Truckers* Bandung dalam mengamati hasil dari beberapa rangkaian diatas. Hal ini dilakukan baik secara personal maupun komunitas secara keseluruhan. Memperhatikan aspek-aspek yang diamati seperti respon masyarakat terhadap konten yang mereka sajikan salah satunya. Dengan waktu yang terjangkau singkat, mereka cukup untuk melihat bagaimana respon masyarakat. Selain itu hasil dari monitoring dapat menjadi bahan untuk pengembangan selanjutnya. Hal ini dapat membangun kembali kreatifitas dan ide-ide yang baru. Ini dapat dilihat dari bagaimana anggota komunitas terus mengembangkan sayap bisnis mereka menjadi lebih luas dan baik. Komunitas *Food Truckers* Bandung melakukan hal ini untuk membentuk profesionalitas dalam bidang yang mereka pilih saat ini, yaitu dunia *food truck.*

Komunitas *Food Truckers* Bandung menjalankan tahapan-tahapan dari Strategi Komunikasi Pemasaran, walaupun tidak secara maksimal. Para anggota komunitas *Food Truckers* Bandung memfokuskan diri mereka kepada *food truck* yang menjadi media utama dalam melakukan pemasaran mereka. Hal ini yang menjadikan beberapa tahapan dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh komunitas *Food Truckers* Bandung memang tidak dilakukan secara maksimal.

Untuk perencanaaan kegiatan, komunitas *Food Truckers* Bandung sudah maksimal dari diskusi dan *sharing* yang mereka lakukan serta pembagian kerja yang sesuai dengan kekuatan dari masing-masing anggotanya. Sementara itu untuk bagian monitoring, komunitas ini memang tidak berfokus dalam hal ini karena semua konten yang mereka sudah lemparkan kemedia yang mereka pilih hanya dilihat untuk sesaat saja.

Secara umum, komunitas ini menjalankan strategi komunikasi pemasaran mereka secara informal. Dalam industry kreatif terkadang cara ini cukup ampuh, karena suasana kerja dan lingkungan mereka yang jauh dari kata formalitas. Kendati demikian, hal tersebut tidak menjadikan komunitas ini tidak dapat memperlebar dan memperkuat kerjasama bisnis mereka, baik didalam komunitas maupun dengan pihak lainnya.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

5.2.1. Saran Bagi Komunitas *Food Truckers* Bandung.

1. Komunitas membuat sebuah kegiatan yang menjadikan komunitas *Food Truckers* Bandung ini sebagai pilar utama dalam acara tersebut, seperti karnaval yang menyajikan berbagai makanan yang disediakan oleh komunitas *Food Truckers* Bandung dengan panggung musik dan permainan seru sebagai tambahan konten didalamnya. Hal ini akan menambah pengetahuan masyarakat terhadap komunitas ini dan juga menjadi hal pembeda dari komunitas lainnya dengan menunjukkan ciri khas dari komunitas *Food Truckers* Bandung dalam acara ini.
2. Mengadakan *workshop* mengenai *food truck*. Hal ini akan berpengaruh kepada kredebilitas dari komunitas ini sendiri. Selain itu komunitas dapat mencari dan menemukan beberapa SDM yang potensial dalam dunia *food truck* untuk kedepannya dapat menjadi bagian dari *additional* ataupun *client* dari komunitas ini dalam memperluas kerjasama bisnis mereka. Kegiatan ini juga membantu masyarakat yang ingin mengetahui dan terjun dalam dunia bisnis *food truck* nantinya.
3. Memperkuat konten dengan konsep yang mereka inginkan. Dengan adanya konsep yang baik dan dapat diterima masyarakat akan menjadi nilai lebih bagi komunitas. Sebagai

contoh, untuk pemilihan foto, *tone* warna, *element* yang ada didalam foto disesuaikan dengan konsep yang mereka inginkan.

4. Memaksimalkan kembali media yang sudah dijalankan saat ini. Media Instagram yang mereka pilih diharapkan terus berkembang dari konten dan jangka waktu *update.* Menangkap beberapa moment baik dalam event ataupun *daily* akan membantu dalam hal memperkaya portofolio yang berguna dalam memperkenalkan komunitas ini.

5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.

1. Bagi peneliti selanjutnya, di harapkan saran dan kritik yang membangun untuk komunitas-komunitas yang menjadi objek dari penelitian. Peneliti juga berharap, penelitian ini dapat menjadi bahan sebuah pengalaman dan pembelajaran untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan objek yang serupa.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan memiliki rasa ingin tahu dan ketertarikannya dalam bidang yang mereka ingin teliti terlebih dahulu. Hal ini membuat penelitian menjadi terasa menyenangkan dan banyak hal yang dapat diliat dari realita yang dapat dijadikan sebuah bahan penelitian selanjutnya.