

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh akun Instagram @bjn.foodies sebagai media promosi kuliner di Kota Bojonegoro, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1) Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi:

Akun @bjn.foodies memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk mempromosikan kuliner di Bojonegoro. Instagram dipilih karena kemudahan penggunaannya dan kemampuannya menjangkau audiens yang luas dan beragam. Fitur-fitur Instagram seperti *Feed*, *Reels*, *Stories*, dan *Hashtag* digunakan secara optimal untuk menyajikan konten visual yang menarik dan informatif. Penggunaan *Reels* dan *Stories* terbukti paling efektif dalam meningkatkan visibilitas dan *engagement*.

2) Implementasi The Circular Model of SoMe:

Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh bjn.foodies melalui proses *Share* mencakup diversifikasi konten menggunakan video *Reels* dan foto *Carousel* berkualitas tinggi serta visual yang menarik perhatian. Narasi yang disampaikan secara non-formal dan penggunaan *background music* meningkatkan *mood* audiens. Dengan inovasi konten seperti konten jumbo *challenge* dan pengaturan jadwal posting yang konsisten, bjn.foodies berhasil menarik perhatian dan mempertahankan minat

audiens, menghasilkan *engagement* yang tinggi, dan memperkuat keberadaan mereka di platform Instagram. Dalam proses ***Optimize***, akun Instagram @bjn.foodies menunjukkan bagaimana penggunaan fitur dan alat yang tepat dikombinasikan dengan analisis data. Strategi mereka yang terfokus pada pemanfaatan fitur lengkap Instagram, interaksi aktif dengan audiens, optimalisasi waktu posting, dan analisis data melalui Instagram *Insight*, mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku pengguna dan algoritma platform. Pendekatan proaktif ini memungkinkan bjn.foodies untuk memaksimalkan jangkauan konten, meningkatkan *engagement*, dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens mereka. Dalam proses ***Manage***, akun Instagram @bjn.foodies dapat menjaga hubungan yang baik dengan audiens, menangani interaksi dan *feedback*, serta mengukur dampak dari konten yang diposting. Manajemen akun ini dilakukan oleh dua pengelola utama, Evelyn Kristiana dan Maslakhatul Laila Ummah, yang cukup responsif dalam mengelola interaksi dengan audiens tanpa kebijakan khusus untuk membalas komentar, namun fokus pada relevansi dan kesopanan. Mereka juga menggunakan data dari Instagram *Insights* untuk mengukur keberhasilan konten dan memperhatikan tren terkini untuk menyesuaikan konten, yang terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dan pertumbuhan *followers*. Dalam proses ***Engage***, akun Instagram @bjn.foodies berhasil meningkatkan keterlibatan dengan pengikut mereka melalui berbagai kegiatan interaktif seperti tanya jawab di Instagram *Stories*, *giveaway*,

kolaborasi dengan pengguna lain atau akun bisnis, serta partisipasi dalam kegiatan sosial dan amal. Strategi ini tidak hanya meningkatkan *engagement* tetapi juga memperkuat hubungan dengan pengikut, memastikan audiens tetap aktif, loyal, dan tertarik pada konten yang dibagikan. Selain itu, strategi ini memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kuliner yang bekerja sama dengan mereka, membantu mempromosikan kuliner di Bojonegoro secara efektif, serta meningkatkan brand *awareness* dan eksposur bisnis.

5.2. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang membangun guna keberlanjutan kepada bjn.foodies. Pertama, disarankan agar bjn.foodies mengembangkan strategi konten yang lebih terstruktur, dan membuat kebijakan dan standar operasional prosedur (SOP) untuk pengelolaan akun. Selanjutnya, bjn.foodies juga bisa mengeksplorasi dan memanfaatkan fitur Instagram lainnya seperti fitur IGTV untuk konten yang lebih panjang, atau Live untuk interaksi secara langsung dengan *followers*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk dapat mengembangkan lagi penelitian dengan membandingkan strategi komunikasi pemasaran bjn.foodies dengan akun kuliner lain yang ada di Bojonegoro atau di kota lain. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih luas dan beragam mengenai strategi komunikasi pemasaran

yang efektif di Instagram. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat perspektif, pemahaman, dan pengetahuan mengenai teori komunikasi pemasaran di era digital sesuai dengan perkembangan zaman guna memperkaya literatur ilmiah di bidang ilmu komunikasi.