

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis peneliti terhadap *city branding* Kota Pasuruan yang terdapat pada unggahan akun Instagram @madinahvanjava dengan menggunakan analisis isi konten Instagram untuk *city branding* yang dikemukakan oleh (Choi et al., 2007) dengan mengkategorikan kedalam 10 kategori, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa unggahan yang ditampilkan oleh akun Instagram @madinahvanjava kurang optimal dalam membranding kota melalui media sosial Instagram. Terbukti dari foto dan video yang diunggah lebih banyak mengunggulkan personal branding Walikota Pasuruan daripada menampilkan *city branding* Kota Pasuruan.

Dari 10 kategori yang ada, Kota Pasuruan hanya dapat mengkategorikan kedalam 8 kategori dengan 2 kategori yang sama selama 5 bulan terhitung dari bulan Januari-Mei Yaitu pada kategori acara budaya, rekreasi dan olahraga, bangunan bersejarah & peninggalan, hiburan, orang-orang dan penduduk lokal, masakan dan santapan lokal. Sedangkan 4 kategori yang lainnya yaitu taman dan kebun, fashion, sarana dan prasarana, pemandangan indah. Unggahan pada akun @madinahvanjava tidak dapat dikategorikan kedalam kategori tersebut

Hal ini tidak sesuai dengan *branding* kota yang harusnya digunakan untuk mengenalkan wajah Kota Pasuruan kepada masyarakat, baik pada masyarakat kota

umum, masyarakat Indonesia ataupun masyarakat internasional. Dengan branding Kota Pasuruan yaitu sebagai Kota Madinah yang mempunyai arti “Maju Ekonominya, Indah Kotanya dan Harmoni Warganya” tidak sesuai atau berbanding terbalik dengan *branding* yang diciptakan melalui akun Instagramnya, akun Instagram @madinahvanjava lebih berfokus mengunggulkan citra pimpinan yaitu Walikota. Kurang mengunggulkan keindahan dan yang dimiliki oleh Kota Pasuruan. Untuk menajadikan Kota Pasuruan sebagai Kota Madinah kurang terlihat dalam postingan akun Instagram @madinahvanjava. Terbukti dari diagram presentase yang telah penulis buat, 75% banyaknya unggahan yang menampilkan citra pimpinan dan aktivitas pimpinan sedangkan 25% lainnya baru menampilkan *city branding* Kota Pasuruan Kota Madinah yaitu “Maju ekonominya, Indah Kotanya dan Harmoni Warganya”

Melalui *branding* yang dibentuk, tampak Kota Pasuruan kurang optimal menunjukkan bagaimana terciptanya maju ekonominya, indah kotanya dan harmoni warganya. Secara keseluruhan, caption serta postingan yang terdapat di akun Instagram @madinahvanjava kurang optimal dalam memberikan informasi kepada public. Tampilan dari akun Instagram @madinahvanjava *feed*-nya tidak diatur sama sekali sehingga terlihat tidak rapi antara satu dengan datu yang lainnya. Dalam segi pengambilan gambar yang dihasilkan kurang bagus terkesan seperti asal-asalan, padahal Instagram tersebut dikelola resmi oleh dinaskominfotik penggunaan caption dan *hastagh* juga kurang maksimal, caption terkesan sangat kurang menarik karena menggunakan kata-kata yang baku

sehingga pembaca kurang tertarik, sedangkan pada penggunaan *hashtag* akun Instagram @madinahvanjava tidak selalu mencantumkan *hashtag* pada setiap unggahan dan tidak ada spesifikasi khusus dalam penggunaan *hashtag*, sehingga tidak memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mencari informasi terkait Kota Pasuruan. Akun Instagram @madinahvanjava jarang membalas langsung komentar dari pembaca atau netizen sehingga terkesan kurang interaktif,

5.2 Saran

Berdasarkan pada pemaparan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti bertujuan untuk memberikan saran, yang dirasa peneliti cukup bersangkutan dengan terselesaikannya proses penyusunan penelitian ini. Adapun saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Saran dari peneliti, akun Instagram @madinahvanjava lebih berfokus pada *branding* Kota Pasuruan yaitu sebagai Kota Madinah “Maju Ekonominya, Indah Kotanya dan Harmoni Warganya”.
2. Saran dari peneliti, akun Instagram @madinahvanjava harusnya digunakan sebagai media *branding* kota bukan malah digunakan sebagai *personal branding* seseorang.
3. Saran dari peneliti, akun Instagram @madinahvanjava memperbaiki tatanan *feed* Instagram yang terkesan masih berantakan.

4. Saran dari peneliti, akun Instagram @madinahvanjava menggunakan hastagh pada setiap unggahannya sehingga membuat masyarakat umum dapat dengan mudah mencari informasi Kota Pasuruan.
5. Saran dari peneliti, penggunaan caption pada akun Instagram @madinahvanjava menggunakan kata-kata yang tidak terlalu formal sehingga generasi muda tertarik dalam membaca isi caption.
6. Saran dari peneliti, akun Instagram @madinahvanjava konsisten dalam memposting setiap unggahannya.
7. Saran dari peneliti akun Instagram @madinahvanjava agar lebih sering membalas komentar *followers* atau pembaca yang terdapat pada kolom komentar, sehingga akun Instagram @madinahvanjava lebih terkesan interaktif dengan netizen.