

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari Analisa data yang diperoleh tentang analisis media sosial Instagram Jokopi Indonesia sebagai media komunikasi pemasaran digital dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Jokopi Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media pemasaran digital secara tepat dan terorganisir yaitu dengan melakukan serangkaian perancangan dan perencanaan yang matang dengan aktif berkomunikasi antar manajemen dengan tim marketing. Jokopi Indonesia memanfaatkan seluruh konten pilar dalam merencanakan konten-kontennya. Agar sesuai target dan campaign yang ingin disampaikan Jokopi Indonesia dapat mudah diterima oleh semua orang. Konten pilar terdiri dari empat konten pilar yaitu *Functional Content*, *Emotional Content*, *Educative Content*, dan *Agile Content*.

Dari pemanfaatan seluruh konten pilar, Jokopi Indonesia berhasil melakukan campaign melalui media sosial Instagram Jokopi Indonesia. Dari berhasilnya campaign tersebut, Jokopi Indonesia dapat mencapai target-target pemasarannya melalui digital. Terlihat dari likes setiap kontennya tembus ratusan hingga ribuan yang menyukainya, dan konten video Jokopi Indonesia memiliki viewers menembus ribuan hingga puluhan ribu. Dari situ dapat dilihat

brand awareness Jokopi Indonesia terbentuk dengan baik. Konten pilar yang sering digunakan oleh Jokopi Indonesia adalah Emotional content.

Jokopi Indonesia lebih sering menggunakan konten pilar *emotional content* karena Jokopi Indonesia merasa jadi lebih dekat dengan followers dan pelanggan Jokopi Indonesia. Dari hasil wawancara peneliti dengan Jokopi Indonesia, Jokopi Indonesia menyampaikan tujuan Jokopi menggunakan konten pilar ini adalah ingin lebih dekat dengan followers dan pelanggannya melalui konten-konten yang diupload di akun Instagram Jokopi Indonesia. Dari kedekatan tersebut yang bertujuan ingin mendapatkan loyalitas pelanggan Jokopi Indonesia.

Jokopi Indonesia juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang terdiri dari upload foto, upload video, caption, komentar, hashtag, Instagram story, Instagram live, *direct message* (pesan langsung), highlight (sorotan), reels, Instagram shopping. Dari sekian banyak fitur Instagram yang ada, Jokopi Indonesia lebih sering menggunakan fitur reels. Jokopi Indonesia menganggap konten yang menggunakan fitur reels lebih maksimal dalam pemanfaatannya. Karena dari awal Jokopi Indonesia dalam pemasarannya memang lebih sering menggunakan video. Selain mudah dipahami oleh followers nya, di tahun 2022 ini juga fitur reels lebih diunggulkan oleh Instagram. Jadi Instagram akan memaksimalkan konten-konten yang menggunakan fitur ini, alasan Instagram memaksimalkan konten yang menggunakan fitur reels adalah Instagram tidak ingin kalah oleh pesaingnya yaitu Tiktok. Jokopi Indonesia dari momen

tersebut jadi lebih sering membuat konten video dalam pemasarannya dengan menggunakan fitur reels dalam penyebarannya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan secara rinci diatas, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang diharapkan berguna dan bermanfaat bagi Jokopi Indonesia, sebagai berikut:

1. Jokopi Indonesia seharusnya lebih memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram secara maksimal, tidak hanya lebih sering menggunakan fitur reels. Karena dari menggunakan beberapa fitur yang lain, Jokopi Indonesia akan dapat lebih mudah menyebarkan pasarnya di Instagram.
2. Jokopi Indonesia dalam pemanfaatan konten pilar juga lebih dimaksimalkan lagi, karena Instagram adalah media sosial yang trend-trendnya selalu berubah-ubah. Agar dapat menggapai pasar-pasar baru dan lebih luas, Jokopi Indonesia seharusnya lebih memaksimalkan penggunaan konten pilar dan merancang konten-konten yang lebih fresh.
3. Jokopi Indonesia harus lebih meluaskan pasarnya dengan berkolaborasi brand atau influencer Surabaya dan sekitarnya agar dapat menggapai daerah-daerah yang belum mengetahui Jokopi Indonesia.
4. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan pertimbangan atau referensi penelitian berikutnya. Dan saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian selanjutnya untuk lebih memperdalam pengelolaan media sosial lainnya seperti Tiktok dan Facebook.