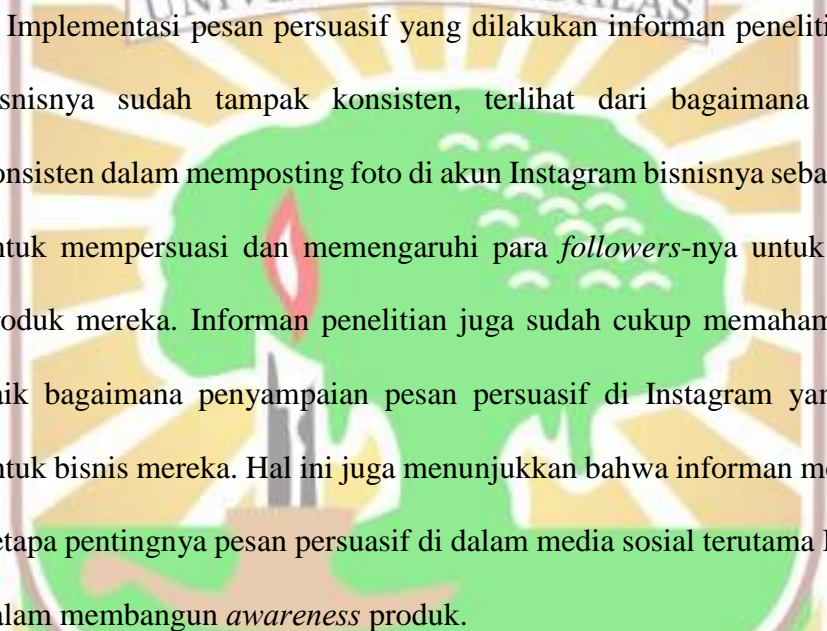


## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uraian pembahasan yang telah peneliti lakukan di bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.



1. Implementasi pesan persuasif yang dilakukan informan penelitian dalam bisnisnya sudah tampak konsisten, terlihat dari bagaimana informan konsisten dalam memposting foto di akun Instagram bisnisnya sebagai upaya untuk mempersuasi dan memengaruhi para *followers*-nya untuk membeli produk mereka. Informan penelitian juga sudah cukup memahami dengan baik bagaimana penyampaian pesan persuasif di Instagram yang efektif untuk bisnis mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa informan mengetahui betapa pentingnya pesan persuasif di dalam media sosial terutama Instagram dalam membangun *awareness* produk.

2. Hambatan yang ditemukan dari implementasi pesan persuasif pada penelitian ini adalah hambatan teknis, dimana informan penelitian sedikit terkendala dengan banyaknya fitur di Instagram yang baginya cukup membingungkan kegunaannya. Selain itu, hambatan yang dapat dirasakan oleh informan adalah masih minimnya kreatifitas mereka tentang bagaimana menguraikan pesan persuasif yang dapat menarik lebih banyak peminat, sehingga mereka merasa masih perlu berbenah dan belajar lebih banyak lagi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang implementasi pesan persuasif di media sosial Instagram. Adapun sarannya, berikut peneliti uraikan.

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya meneliti di satu media sosial saja, namun coba kembangkan dengan melihat perbandingan dari media sosial lainnya.
2. Temukan sebuah bisnis yang memiliki keunikan untuk dijadikan informan penelitian.

