

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kecamatan Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan mengenai persepsi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi ayam Buras pedaging, dapat disimpulkan bahwa :

1. Keseluruhan peternak menggunakan media sosial *Whatsapp* dan *Facebook* sebagai media promosi ayam Buras pedaging. Frekuensi penggunaan media sosial oleh responden rata rata tidak menentu dengan persentase 85,71% dengan tujuan untuk menginfokan produk yaitu mempengaruhi pembeli dan meningkatkan pembeli. Jaringan dalam mengakses internet Stabil dengan persentase 90,48%. Keseluruhan peternak menggunakan *Smartphone* untuk mengakses media sosial dan biaya mengakses internet relative muarah dengan persentase 76,20 %.
2. Persepsi peternak terhadap penggunaan media sosial sebagai alat promosi ayam Buras pedaging berada pada kategori cukup baik yaitu dengan skor 44,43.

5.2. Saran

Sebaiknya pemerintah daerah memberikan pelatihan serta menyediakan fasilitas internet yang memadai dan memberikan penyuluhan rutin terkait kegiatan ini,, agar peternak termotivasi untuk lebih mengembangkan usaha peternakan serta mempelajari media sosial sebagai sarana promosi.