

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Pada Akun Instagram Sate Manangkabau” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada tahap *share*, Sate Manangkabau menggunakan Instagram karena adanya kebutuhan perolah data yang menjadi penentu Sate Manangkabau untuk membuat strategi promosi serta pembuatan konten. Sate Manangkabau mengemas konten tersebut dalam bentuk gambar dan video disertai *caption* serta menggunakan fitur-fitur yang tersedia sebaik mungkin yang sedemikian rupa disesuaikan dengan minat khalayaknya. Walaupun Sate Manangkabau tidak melakukan *update* postingan setiap harinya namun tetap mengandalkan fitur Instagram *ads* sebagai pengganti. Hal ini dilakukan agar Sate Manangkabau tetap eksis dan konten-kontennya dapat tersebar luas sesuai dengan target yang telah ditentukan.
2. Pada tahap *optimize*, Sate Manangkabau mengandalkan *tools* untuk menganalisis, serta bekerjasama dengan *influencer* sebagai pihak ketiga untuk pembuatan konten serta melakukan pengecekan *trend* yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. Sate Manangkabau tidak memiliki target posting perharinya. Untuk tema konten yang dibuat akan disesuaikan dengan apa yang sedang *trend* dimasyarakat, namun tetap mengedepankan

aspek-aspek promosi yang menjadi tujuan utama Sate Manangkabau dalam penggunaan Instagram.

3. Pada tahap *manage*, Sate Manangkabau melakukan *media monitoring* dengan menggunakan fitur *insight* Instagram untuk mengelola dan mengevaluasi perkembangan akun Instagram dan terus melakukan inovasi serta kreativitas dalam menyampaikan pesan promosi agar lebih menarik dan diminati oleh *followers*-nya. Dan sejauh ini Sate Manangkabau sudah melakukan *real time interaction* walaupun belum optimal sepenuhnya karena belum memiliki admin khusus yang bertugas untuk meng-*handle* akun Sate Manangkabau secara khusus.
4. Tahap terakhir yaitu *engage*, Sate Manangkabau memanfaatkan sebaik mungkin fitur *insight* Instagram untuk menganalisis strategi apa yang harus dilakukan di media sosial sehingga bisa ikut meningkatkan *engagement*. Sate Manangkabau juga ikut serta menjalin hubungan baik dengan *influencer* terkenal untuk meningkatkan *engagement rate* akun Instagramnya. Sate Manangkabau juga memanfaatkan kegiatan kolaborasi dengan *public figure* nasional untuk meningkatkan *engagement rate* akun Instagramnya serta menarik wisatawan luar Sumbar sesuai dengan target pasarnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan beberapa saran sehingga menjadi masukan bagi Sate Manangkabau serta untuk penelitian selanjutnya, saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sate Manangkabau harus lebih meningkatkan kualitas pengelolaan Instagram dengan cara terus berinovasi serta meningkatkan kreativitas dalam pengemasan konten di Instagram sesuai dengan target sasarnya. Mengingat bahwa kegiatan promosi Sate Manangkabau masih mengandalkan *influencer* sebagai pihak ketiga, untuk itu diharapkan Sate Manangkabau untuk memiliki tim internal sendiri yang bertugas untuk menciptakan ide-ide promosi yang kreatif.
2. Sate Manangkabau harus lebih memperhatikan kekurangan serta hambatan yang terjadi dalam pengelolaan akun Instagram Sate Manangkabau salah satunya yang cukup *urgent* adalah merekrut admin khusus *social media* yang tidak hanya bertugas untuk memposting konten saja, namun juga bisa menerapkan respon cepat dan *real time interactions* kepada *followers*-nya. Hal ini tentunya juga akan membantu meningkatkan *engagement rate* akun Instagram Sate Manangkabau.
3. Kepada peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian terkait Sate Manangkabau dengan tidak hanya fokus pada pengelolaan media sosial saja

namun juga berdasarkan sudut pandang lainnya sehingga evaluasi kinerja dari Sate Manangkabau dapat dilihat dari sudut pandang lain.

