

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat bagaimana komunikasi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan angkringan jambul untuk menarik pasar anak muda dengan menggunakan teori *Social Media Marketing*. Teori *Social Media Marketing* merupakan teori yang digunakan untuk melihat bagaimana komunikasi pemasaran, dimana dari hasil penelitian didapatkan bahwa melalui beberapa poin yaitu *online communities, interaction, sharing of content, accessibility, credibility*. Berdasarkan hasil temuan penelitian serta pembahasan, peneliti menarik kesimpulan terhadap akun @angkringan\_\_jambul2022 yaitu :

1. Angkringan jambul melalui media sosial Instagram @angkringan\_\_jambul2022 mencoba menarik pasar anak muda dengan memperluas jangkauan informasi-informasi terkait angkringan jambul melalui *sharing of content*, fitur yang paling sering digunakan untuk pendistribusian informasi oleh @angkringan\_\_jambul2022 adalah fitur *story* dengan melakukan *tag mention* serta *repost* sehingga konten dapat tersebar melalui bantuan akun-akun yang terlibat dalam *story* tersebut.
2. Kredibilitas yang dimiliki angkringan jambul melalui media sosial @angkringan\_\_jambul2022 mampu menarik pasar anak muda dengan konten-konten yang ditampilkan. Kondisi angkringan yang kerap kali dijadikan tempat untuk nongkrong anak muda memberikan stimulus terhadap orang-orang yang melihat konten @angkringan\_\_jambul2022.
3. Pendistribusian konten-konten angkringan jambul juga tidak lepas dari peran komunitas *online* yakni para *followers* mereka. Aktifitas interaksi juga tetap dipertahankan untuk menjaga hubungan emosional dengan para audiensnya melalui fitur-fitur seperti *story*, komentar, maupun *direct message*.

## 5.2. Saran

1. Untuk angkringan jambul dengan modal akun media sosial yang sudah dimilikinya saat ini ada baiknya jika dikembangkan dengan penggunaan layanan *delivery food* produk mereka secara *online*, dimana saat ini mereka sudah memasarkan produk mereka secara *online* namun untuk menarik pengunjung datang langsung ke angkringan bukan untuk pemesanan secara *online*.
2. Angkringan jambul dapat menjalin kerjasama dengan akun-akun media seperti akun kuliner, media terkait info Bekasi, dan sebagainya untuk memasarkan angkringan jambul tersebut sehingga akan menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Untuk para pelaku usaha lainnya agar dapat memaksimalkan pengelolaan media sosial sebagai media pemasaran, karena memiliki manfaat yang banyak dalam menjangkau pasar.
4. Untuk peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan terhadap komunikasi pemasaran media sosial dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruhnya terhadap daya tarik konsumen.