

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis pemanfaatan media sosial *Instagram @gmdia\_id* sebagai media komunikasi PT MEDIA SARANA DATA, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Dalam menentukan sebuah konten informasi Gmedia memiliki *team* yakni *team Business Development*. Pada *team* ini terdapat beberapa *talent* untuk membantu mengelola dan membangun akun media sosial Gmedia melalui media sosial *Instagram* yaitu *Public Relations*, *content planer*, dan *content creator*. *Team Business Development* memiliki tujuan untuk menampilkan setiap detail yang ada pada Gmedia, baik tentang jumlah bisnis Gmedia, produk Gmedia, tentang Gmedia yang bergerak di banyak bidang bisnis khususnya IT dan juga tak lupa untuk menyampaikan visi dan misi Gmedia itu sendiri. Maka *Team Business Development* memilih *Instagram* sebagai media komunikasi.
2. Keunggulan Gmedia dalam menggunakan *Instagram* dikarenakan *Instagram* menonjolkan sisi *Visual* dibandingkan dengan *Twitter* yang hanya menonjolkan sisi tulisan. Langkah Gmedia dalam membangun *Brand awareness* adalah dengan *team Business Development* melakukan *break down* semua kebutuhan konten yang akan Gmedia tampilkan pada beranda *Instagramnya*. Kemudian *team Business development* Gmedia memilah konten apa yang mau di sajikan. Konten milik Gmedia sendiri sudah sesuai dengan indikator konten yang baik yakni dalam menentukan isi konten Gmedia memiliki indikator ketepatan waktu, kelengkapan, keterjangkauan, ketersediaan, objektifitas, kemudahan penggunaan, jumlah data, kepercayaan dan manfaat.
3. Dengan memanfaatkan *Instagram* Gmedia mampu untuk membentuk *Awareness* kepada khalayak, kolega serta pelanggan dalam upaya membantu, menjaga, serta merekomendasikan agar tercipta hubungan

yang saling menguntungkan. Hal tersebut dapat di lihat dari postingan *Instagram* Gmedia dimana khalayak membagikan postingan yang telah Gmedia posting.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi perbaikan bagi *team Business Development* Gmedia. *Instagram* Gmedia bagi setiap pengikut yang baru saja mengikuti akun media sosial *Instagram* Gmedia. Akun tersebut tampak seperti akun media sosial pada umumnya. Namun bila diamati lebih seksama jumlah *Followerss* Gmedia dapat di katakan cukup banyak. Namun tidak dengan mereka yang menyukai postingan yang di bagikan oleh Gmedia.

Jumlah tersebut dapat menjadikan setiap yang baru melihat akun Gmedia tidak yakin dengan keaslian akun tersebut. Dikarenakan setelah di lihat pada *followerss* Gmedia ternyata banyak akun yang sudah tidak aktif ataupun akun palsu. Dapat dilihat dari akhir postingan akun tersebut atau jumlah *followerss* akun tersebut. Sehingga setiap konten yang di bagikan dalam akun @Gmedia\_id belum dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan *egangetment*.

Dalam membangun sebuah konten yang baik tentunya *egangetment* adalah hal yang perlu di perhatikan. *Team Business Development* dapat meminta *support* kepada setiap *talent* Gmedia untuk mengikuti media sosial Gmedia. Selain mengikuti *talent* juga di minta untuk memberikan tanda suka dan komentar positif pada postingan yang telah *team* unggah. Tujuanya untuk menaikkan *egangetment* dari internal untuk perusahaanya. Selain itu Gmedia juga belum menggunakan salah satu fitur gratis milik *Instagram* yakni hastag. Dengan menggunakan fitur hastag yang dimiliki *Instagram* Gmedia dapat lebih tertuju kepada khalayak yang di targetkan.

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi. Saran bagi peneliti berikutnya adalah dapat mengganti fokus penelitian lain yang mengarah pada dampak pemanfaatan media sosial *Instagram*.