

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi tentang Analisis Akun Instagram @madiunngemil Dalam Mempromosikan Kuliner Lokal Madiun dapat disimpulkan bahwa dalam upaya mempertahankan dan mempromosikan kuliner lokal di Madiun, diperlukan adanya manajemen strategis serta pemanfaatan platform akun Instagram yang tepat. Akun Instagram @madiunngemil telah menerapkan fungsi yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam mengelola konten serta kegiatan promosi yang dilakukan. Selain itu, akun ini memaksimalkan pengelola akun Instagram sebagai penggerak utama dalam menyebarluaskan informasi dan meningkatkan daya tarik kuliner khas Madiun melalui platform akun Instagram Madiun.

Akun Instagram Madiunngemil yang digunakan mencakup berbagai elemen komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*), seperti *Advertising, Sales Promotion, Public Relations / Publicity, Personal Selling, Direct Marketing*, serta *Interactive Marketing*. Seluruh akun Instagram Madiunngemil tersebut diwujudkan dalam bentuk konten kreatif berupa video edukatif, seputar dokumentasi acara yang merekomendasikan tempat kuliner kepada audiens, serta interaksi langsung

melalui fitur-fitur dan komunitas digital. Dengan pendekatan ini madiunngemil dinilai efektif dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap potensi kuline lokal, memperluas jangkauan promosi, serta menarik perhatian generasi muda untuk lebih mengenal dan mengapresiasi budaya kuliner lokal.

Pengelola akun Instagram yang diterapkan oleh madiunngemil ini menggunakan berbagai teknik optimasi konten digital seperti penggunaan thumbnail yang menarik, judul yang sesuai dan informatif, serta pemanfaatan hashtag populer untuk meningkatkan visibilitas unggahan di Instagram. Akun Instagram ini juga mendapatkan hasil yang signifikan, dapat terlihat dari meningkatnya jumlah penayangan konten, dengan akumulasi mencapai kurang lebih dari 66.2ribu kali ditonton, memperoleh sekitar 1.680ribu like, dan telah mempublikasikan sekitar 5,514 postingan. Meski telah menunjukkan pencapaian yang signifikan, akun ini masih menghadapi tantangan, terutama karena belum bermitra dengan fitur monetisasi seperti Instagram dan menjalankan promosi tanpa dukungan endorsement. Untuk mengatasi hal ini, pengelola @madiunngemil berencana untuk meningkatkan konsistensi unggahan, memperluas jejaring kolaborasi dengan konten kreator kuliner lainnya, serta memanfaatkan platform digital lainnya untuk mendukung promosi konten Instagram.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa madiunngemil cukup efektif dalam menerapkan kuliner lokal. Mereka juga berhasil membangun relasi yang lebih luas dengan audiens, tetapi juga membuka

peluang kolaborasi dengan berbagai komunitas dan pelaku usaha kuliner. Dengan terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi serta preferensi audiens, madiunngemil dapat mempertahankan relevansi dan kontribusinya dalam upaya pelestarian dan promosi kuliner lokal, khususnya di wilayah Madiun dan sekitarnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis. Hasil penelitian ini masih terdapat kekurangan, namun dalam penelitian ini tentu terdapat beberapa saran yang bertujuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan memberikan manfaat untuk pihak-pihak tertentu. Berikut saran yang peneliti paparkan :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan teori-teori IMC (*Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Publicity, Personal Selling, Direct Marketing, Interactive Marketing*) dari Philip Kotler & Gary Armstrong, agar hasil penelitian dapat dikaji lebih luas serta mendalam khususnya tentang strategi komunikasi sehingga akan mendapatkan gambaran dan penelitian yang lebih baik.
2. Bagi Madiunngemil perlu terus memperkuat faktor-faktor yang telah terpenuhi dalam implementasi teori IMC (*Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Publicity, Personal Selling, Direct Marketing, Interactive Marketing*) dalam strategi komunikasi mereka melalui akun Instagram @madiunngemil, secara aktif untuk mempertahankan dan

terus meningkatkan dalam mempromosikan kuliner lokal di Madiun, tidak hanya melalui platform Instagram, tetapi di platform media sosial yang lain untuk mendukung promosi konten.

3. Untuk Madiunngemil, Madiunngemil perlu mengatasi dalam pengelolaan melalui Instagram-nya dengan mempertimbangkan opsi monetisasi melalui kerja sama sponsor atau kolaborasi dengan instansi yang bergerak di bidang kuliner dan pariwisata. Hal ini tidak hanya dapat memberikan pemasukan tambahan, tetapi juga memperkuat peran akun dalam pengembangan serta pelestarian kuliner lokal di wilayah Madiun.
4. Untuk mengingat audiens Instagram tidak hanya terbatas pada platform itu sendiri, disarankan bagi Madiunngemil untuk memanfaatkan media sosial lainnya, seperti TikTok dan WhatsApp. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek dengan segmen pengguna muda, dapat untuk menyajikan cuplikan singkat dan menarik dari konten utama yang diunggah di Instagram. Penggunaan fitur Instagram *Stories*, *reels*, serta video Tiktok dapat menjadi media promosi yang efektif untuk menarik perhatian audiens baru sekaligus mendorong mereka mengunjungi akun utama @madiunngemil untuk mengakses konten kuliner secara lebih dalam.

Bagi penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneruskan atau melaksanakan observasi dengan tema yang sama, diharapkan untuk melakukan penggalian data yang bisa memperoleh informasi lebih dalam

tentang perkembangan wisata kuliner lokal di Madiun. Perkembangan tren kuliner yang terus berubah, serta adanya inovasi dari pelaku UMKM dan konten kreator lokal, berpotensi menghasilkan informasi baru yang bisa memperkaya hasil penelitian sebelumnya. Selain itu, peneliti juga dianjurkan untuk memperkuat landasan teori dari masing-masing variabel yang digunakan. Dengan hal ini, setiap variabel dapat dijabarkan secara lebih komprehensif, tidak hanya dari sisi definisi, tetapi juga dari dalam konteks objek penelitian.

