



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah hasil penelitian dan analisis yang dapat peneliti simpulkan setelah melakukan penelitian mengenai “Model Komunikasi *Online Review* pada *Restaurant Finder Service* di Kalangan *Foodie* (Studi Kasus pada Aplikasi Zomato Indonesia):

- a. Bagi kalangan *foodie*, Zomato Indonesia memiliki perbedaan yang menonjol dibandingkan dengan kompetitor-kompetitornya, Zomato Indonesia sebagai *restaurant finder service* memiliki ragam fasilitas yang membuat dirinya dapat dikategorikan sebagai media sosial. Penggunaan Zomato Indonesia bukan hanya sebatas untuk menemukan dan mencari informasi mengenai restoran saja. Dalam hal ini, pengguna dapat membuat profil dan mengundang atau menerima teman untuk bergabung ke dalam *restaurant finder service* tersebut. Dengan adanya fitur *review* dan *comment*, Zomato Indonesia juga mengizinkan penggunanya untuk dapat saling berkomunikasi ataupun berinteraksi. Sebagai media sosial, karakteristik yang paling menonjol dari Zomato Indonesia adalah orientasi pada hubungan. Pasalnya, Zomato Indonesia

bukan hanya mempertemukan orang-orang dengan yang minat yang sama, namun *restaurant finder service* tersebut juga mampu menciptakan hubungan yang baik di antara pihak restoran dengan pelanggan melalui komunikasi yang dilakukan secara *online*.

- b. Keberadaan *foodie* dalam Zomato Indonesia dapat dikatakan memiliki peranan yang sangat penting. Hal tersebut dikarenakan *foodie* adalah pihak yang paling berpartisipasi dan berkontribusi dalam menyediakan konten berupa informasi kuliner. Dalam menuliskan *review*, *foodie* juga menerapkan gaya penulisan yang berbeda khusus untuk restoran yang memberikan undangan. Peralnya, *foodie* akan menggunakan bahasa yang lebih halus untuk mendeskripsikan kekurangan yang dimiliki oleh pihak restoran yang telah mengundangnya.
- c. Dengan adanya kehadiran *online review* pada Zomato Indonesia, *foodie* dapat memperantarai berbagai pihak, mulai dari sesama *reviewer*, pembaca (*readers*) hingga pihak restoran sekalipun. Sebagai pihak yang berperan besar dalam membentuk hubungan, *review* yang dituliskan oleh *foodie* juga memiliki manfaat tersendiri bagi masing-masing pihak. Bagi pihak restoran, *review* yang dibuat oleh *foodie* dapat dijadikan sebagai alat untuk memasarkan restoran. Sementara itu, bagi pembaca (*readers*), *review* yang dibuat oleh *foodie* dapat

dimanfaatkan sebagai alat untuk memilih ataupun menentukan restoran terbaik. Adapun manfaat menulis *review* bagi *foodie* sendiri ialah sebagai sarana untuk eksistensi diri.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus pada kalangan *foodie* yang menggunakan dan memanfaatkan *online review* pada situs ataupun aplikasi Zomato Indonesia. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan topik-topik serupa seperti studi komparatif tingkat kepuasan penggunaan Zomato Indonesia dengan kompetitor-kompetitornya seperti PergiKuliner, OpenRice, dan lain sebagainya. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori dan konsep lain untuk mengembangkan dan memperdalam pengamatan yang terjadi pada *restaurant finder service*.

5.2.2 Saran Praktis

5.2.2.1 Saran bagi *Foodie*

Sebagai pembuat konten, *foodie* memiliki tanggung jawab yang besar atas penyampaian informasi yang disampaikan ke pengguna lain. Untuk lebih menunjukkan kredibilitas yang dimiliki, *foodie* dapat memberikan keterangan khusus untuk menunjukkan mana ulasan yang dibuat karna undangan restoran (*invitation*) dan mana

ulasan yang dibuat karna kemauan *foodie* sendiri (*non-invitation*). Dengan memberikan keterangan yang jelas, *foodie* dapat menghindari impresi buruk dari pembaca. Selain itu, keberadaan *foodie* juga lebih diakui apabila *foodie* melaksanakan perannya dengan bersikap jujur, objektif, dan tidak bias.

5.2.2.1 Saran bagi Zomato Indonesia

Sebagai *restaurant finder service* yang cukup diminati masyarakat, Zomato Indonesia harus mampu meningkatkan kualitas fitur *review* yang mereka miliki demi menunjang pengguna dalam melakukan aktivitas komunikasi *online*. Dalam hal ini, Zomato Indonesia dapat memperbaiki beberapa kekurangan yang mereka miliki dengan cara membuat sistem validasi, membuat persyaratan *mereview* dengan menyertakan bukti foto atau gambar, membuat sistem *rating* yang lebih detail, serta layanan *upload* foto tanpa *crop*. Dengan memperbaiki kekurangan yang dimiliki, pengguna tentu akan senantiasa menggunakan *restaurant finder service* yang telah disediakan.