

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis isi dari 103 unggahan Instagram @menantea.toko, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah menjawab tujuan penelitian untuk mengetahui isi konten akun Instagram @menantea.toko dari perspektif autentisitas pesan di media sosial. Hal ini dibuktikan melalui berbagai analisis.

Dilihat dari perspektif autentisitas pesan, telah ditemukan urutan presentase dimensi upaya pendekatan autentisitas pesan di media sosial atas 103 unggahan pada Instagram @menantea.toko. Presentase dengan penilaian tertinggi adalah menunjukkan nilai perusahaan yang konsisten (34%) dengan contoh unggahan konsistensi Menantea dalam memasarkan produk unggulannya dengan penggunaan *hashtag* #TehBuahPalingEnak. Presentase tertinggi kedua adalah menunjukkan *moral purpose* dengan tindakan (25,2%) dengan aspek unggahan yang menarik dan *up to date*. Di posisi ketiga adalah penempatan visual (21,3%) yang mana unggahan lebih menekankan konten visual dibandingkan kata atau narasi. Kemudian presentase berikutnya disusul oleh dimensi mendengarkan dan menanggapi (19,4%) di mana konten yang diunggah memperhatikan percakapan secara nyata dan autentik. Presentase berikutnya adalah dimensi personalisasi konten (14,6%) yang mencakup unggahan komunikasi secara tulus dengan melibatkan konsumen. Hingga dimensi dengan presentase penilaian terendah yaitu karyawan sebagai *brand advocates* (0,97%) yang di dalamnya terdapat konten yang melibatkan karyawan untuk membagikan nilai perusahaan kepada audiens.

Dari perspektif autentisitas pesan, penelitian ini memberikan hasil bahwa Menantea telah menyadari akan pentingnya keaslian dalam melakukan pemasaran di media sosial. Total perolehan nilai yang didapat adalah 115,5% atas *intercoder*

reliability atau kesepakatan antar dua *coder*. Menantea diharapkan dapat mempertahankan upaya pendekatan autentisitas dengan presentase yang tinggi dan perlu memperhatikan upaya pendekatan autentisitas dengan presentase rendah agar dapat ditingkatkan pada unggahan-unggahan berikutnya yang memungkinkan Menantea untuk mencapai keterlibatan jangka panjang dengan konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat membawa manfaat atas pembaharuan berdasarkan evolusi *marketing* dalam memasuki *Authentic Marketing Era*. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sempurna. Untuk itu, diharapkan akan ada penelitian berikutnya yang melanjutkan penelitian ini untuk membahas lebih tuntas mengenai autentisitas konten-konten Menantea di tengah *Authentic Marketing Era* dan era evolusi *marketing* berikut-berikutnya. Selain itu, diharapkan penelitian berikutnya dapat mengupas mengenai korelasi antara *Authentic Marketing* terkait hasil yang diperoleh seperti *engagement*, *brand awareness*, kepercayaan konsumen, dan minat beli.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Menantea dapat mempertahankan berbagai upaya autentisitas pesan yang telah dilakukan dan meningkatkan upaya autentisitas dalam memanfaatkan karyawan sebagai *brand advocates* pada konten-kontennya. Jehian Panangian dan Jerome Polin selaku pemilik *brand* Menantea juga diharapkan tetap turut serta dalam mengelola konten Menantea agar tidak meninggalkan ciri khas dari Menantea di sosial media terutama yang terkesan komedi.

Selain itu, di tengah maraknya *brand* yang memasarkan produknya di media sosial, diharapkan masyarakat dapat dengan bijak melihat lebih dalam keaslian pesan yang ditunjukkan oleh *brand*. Kebebasan yang ada

pada Internet dan media sosial juga perlu diperhatikan dalam segi keamanan agar masyarakat tidak terpengaruh dan mengalami kasus-kasus penyimpangan yang dilakukan oleh sejumlah bisnis seperti kasus penipuan dikarenakan adanya media sosial juga memberikan dampak *the rise of media deviancy*.

