

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Komunikasi 7C pada Akun Instagram @haidilao_indonesia terhadap Minat Berkunjung Restoran Haidilao di Indonesia” dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang ditimbulkan dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan antara variabel independen terhadap variabel dependen, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan pada uji non parametrik dengan metode *Wilcoxon Signed Rank Test* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara komunikasi 7C pada akun Instagram @hadiilao_indonesia terhadap minat berkunjung restoran Haidilao di Indonesia.
2. Melalui uji korelasi dengan metode *Spearman's Rank Correlation Coefficient*, diketahui bahwa terdapat hubungan yang kuat dan bersifat positif antara variabel komunikasi 7C dengan variabel minat berkunjung.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Setelah pelaksanaan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi 7C terhadap minat berkunjung restoran Haidilao di Indonesia, peneliti memiliki saran akademis bagi peneliti selanjutnya. Saran dari peneliti adalah penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel independen selain komunikasi 7C, misalnya seperti *word of mouth* untuk mengetahui pengaruh dari informasi yang disebarikan melalui *word of mouth* atau *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran praktis kepada Haidilao yang menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu alat komunikasi. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dimensi *credibility*, diketahui bahwa konten *tips and hacks* dan *reviews* yang diunggah pada fitur *stories* memiliki kredibilitas yang tinggi. Oleh sebab itu, Haidilao dapat mengarsipkan konten terkait *tips and hacks* serta *reviews* pelanggan pada *highlights stories* supaya konten tersebut tidak hilang setelah 24 jam. Melalui pengarsipan konten, *followers* dari akun Instagram @haidilao_indonesia terutama *followers* baru dapat mengakses dan memperoleh informasi terkait konten tersebut sehingga dapat menimbulkan minat untuk mengunjungi restoran Haidilao.
2. Berdasarkan hasil dimensi *content*, diketahui bahwa konten terkait layanan yang disediakan, menu restoran, dan promo yang sedang berlangsung merupakan informasi yang bernilai dan bermanfaat. Maka dari itu, Haidilao diharapkan dapat mempertahankan pengunggahan konten tersebut atau bahkan meningkatkan frekuensi pengunggahan konten terkait layanan yang disediakan, menu restoran, dan promo yang sedang berlangsung.
3. Berdasarkan hasil dimensi *clarity*, diketahui bahwa penyampaian informasi melalui konten yang diunggah pada fitur *stories* sederhana dan jelas. Maka dari itu, Haidilao dapat mengemas informasi yang disampaikan melalui konten pada fitur *feeds* dengan lebih sederhana dan jelas namun tetap dapat menarik perhatian terutama bagi para *followers*.
4. Berdasarkan hasil dimensi *continuity and consistency*, diketahui bahwa konten terkait perekrutan karyawan tidak terlalu konsisten

diunggah jika dibandingkan dengan konten lain. Oleh sebab itu, Haidilao dapat lebih sering mengunggah konten mengenai perekrutan karyawan baik melalui fitur *feeds* maupun *stories*.

5. Berdasarkan hasil dimensi *channels*, diketahui bahwa fitur *stories* merupakan saluran yang efektif dalam penyampaian informasi mengenai restoran Haidilao, sehingga diharapkan Haidilao dapat memaksimalkan penggunaan fitur *stories* untuk dapat meningkatkan interaksi secara langsung dan membangun hubungan yang lebih mendalam dengan *followers* akun Instagram @haidilao_indonesia, misalnya seperti penggunaan stiker *polling*, *quiz*, *QnA*, dan sebagainya.

