

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Isi komunikasi yang dilakukan oleh Sinopsis creative space pada konten insgramnya berfokus cara mengedukasi khalayak luas terutama *followersnya* tentang creative space dan industri kreatif yang akan di kemas dengan semenarik mungkin. Sinopsis creative space tidak melakukan penjualan secara langsung pada setiap konten insgramnya. Isi komunikasi Sinopsis creative space dibuat berkarakter yang akan menjadi pembeda dengan yang lain, yaitu pada bagian *copywriting* dengan membuat caption pada konten insgram seperti cerita atau dibuat seperti dialog dua arah.
2. Bentuk kreatif yang di lakukan oleh Sinopsis creative space pada konten insgramnya yaitu dengan membuat konten yang dapat memiliki daya tarik lebih seperti membuat parodi iklan dari brand lain yang sedang tren untuk dijadikan sebuah konten insgram. Mereka selalu membuat sesuatu yang fresh dan dikemas sesederhana mungkin sesuai dengan target pasar yang akan mereka tuju. Bentuk kreatif lainnya Sinopsis creative space

selalu bisa memanfaatkan semaksimal mungkin penggunaan platform media sosial apapun khususnya instagram untuk menghasilkan kreativitas.

3. Pemilihan konten yang dilakukan Sinopsis Creative Space berupa strategi dalam memajemen tampilan konten instagram mereka. Strategi pemilihan konten juga dilakukan untuk menentukan target pasar yang akan mereka tuju sesuai sebelum mengunggah konten di instagram. Pemilihan komunikator juga merupakan hal yang penting dalam pemilihan konten, karena komunikator merupakan subjek yang akan ada di dalam sebuah konten. Sinopsis Creative Space juga menggunakan strategi pemilihan konten pada beranda instagram mereka agar masing-masing konten saling berkaitan dan terkonsep.
4. Celah konsumen yang dimanfaatkan oleh Sinopsis Creative Space di bagi menjadi empat yaitu waktu *prime time*, penggunaan *hashtag*, berdasarkan situasi, dan tampilan konten. Waktu *prime time* digunakan untuk jadwal mengunggah konten pada jam tertentu agar konten tersebut dapat semakin luas menjangkau khalayak, penggunaan *hashtag* berdasarkan situasi dan kampanye yang akan dilaksanakan agar konten tersebut mudah dicari, situasi yang terjadi mereka manfaatkan untuk dijadikan ide konten kreatif dalam pembuatan suatu konten, dan terakhir tampilan konten mereka konsisten menggunakan 3 skema warna yaitu biru, orange, cream yang diaplikasikan pada konten yang akan dibuat dan disesuaikan kembali dengan tren konten yang ada.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran akademis pada penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat ditinjau lebih jauh dan diharapkan memberikan sumbangsih karya ilmiah yang dapat mendukung dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut mengenai komunikasi pemasaran modern di bidang industri kreatif.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran praktis pada penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar para pelaku bisnis terutama di bidang industri kreatif yang menggunakan instagram sebagai media komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan konten instagram dapat mempertimbangkan isi komunikasi, bentuk kreatif, strategi pemilihan konten, dan celah konsumen sebagai faktor untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih efektif.
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk dapat meninjau lebih jauh mengenai pentingnya pemanfaatan dan

*maintenance* media sosial instagram sebagai media komunikasi pemasaran dan implementasinya.