

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @dkriukchicken memegang peran yang sangat strategis dalam keseluruhan sistem pemasaran dan pengembangan kemitraan Dkriuk Fried Chicken. Instagram tidak lagi berfungsi sekadar sebagai media promosi pendukung, melainkan telah bertransformasi menjadi pusat pengalaman digital yang mengorkestrasi seluruh perjalanan calon mitra, mulai dari tahap awareness, consideration, hingga mendorong terjadinya action berupa pendaftaran kemitraan.

Ditinjau melalui 7C Framework, aspek Context menunjukkan bahwa tampilan visual akun Instagram Dkriuk dibangun secara konsisten, rapi, dan profesional, sehingga mampu membentuk persepsi awal yang positif dan meningkatkan rasa percaya calon mitra. Namun, temuan juga menunjukkan bahwa nuansa religius yang cukup kuat perlu dikelola secara lebih inklusif agar tidak menimbulkan jarak psikologis bagi calon mitra dari latar belakang yang lebih beragam.

Pada aspek Content, konten Instagram Dkriuk telah efektif dalam menyampaikan informasi teknis mengenai produk dan kemitraan. Konten informatif yang dominan memudahkan calon mitra memahami sistem bisnis yang ditawarkan. Akan tetapi, konten masih cenderung bersifat satu arah dan repetitif, serta belum optimal dalam membangun kedekatan emosional. Minimnya storytelling dan narasi pengalaman mitra menyebabkan potensi persuasi emosional belum dimanfaatkan secara maksimal.

Dari sisi Community, penelitian menemukan bahwa Dkriuk belum membangun komunitas digital resmi bagi para mitra. Interaksi yang terjadi masih bersifat individual dan transaksional antara admin dan calon mitra, bukan kolektif antar mitra. Absennya ruang komunitas ini membatasi potensi terbentuknya rasa kebersamaan, pertukaran pengalaman, serta dukungan sosial yang seharusnya dapat memperkuat loyalitas dan ketahanan mitra dalam jangka panjang.

Pada elemen Customization, Dkriuk telah menerapkan personalisasi secara teknis melalui iklan berbayar berbasis wilayah (geo-targeting). Namun, secara naratif, konten masih bersifat umum dan belum mencerminkan keberagaman karakteristik calon mitra dari berbagai daerah. Akibatnya, konten terasa kurang personal dan belum sepenuhnya mampu membuat audiens merasa terwakili secara sosial maupun kultural.

Aspek Communication menunjukkan bahwa komunikasi dua arah berjalan cukup efektif, terutama melalui Direct Message (DM) Instagram yang responsif dan cepat. Pola komunikasi ini berhasil membangun kesan profesional dan efisien, serta mempercepat proses konversi. Namun, rendahnya interaksi di kolom komentar dan minimnya komunikasi publik membuat transparansi dan diskusi terbuka kurang berkembang, sehingga peluang membangun kepercayaan kolektif belum sepenuhnya tercapai.

Dalam hal Connection, Dkriuk Fried Chicken menunjukkan kematangan strategi digital dengan membangun keterhubungan yang baik antara Instagram, WhatsApp, website resmi, dan marketplace. Integrasi lintas platform ini memudahkan calon mitra dalam mengakses informasi sesuai preferensi mereka, serta menciptakan pengalaman digital yang relatif utuh dan berkesinambungan, meskipun masih diperlukan penguatan kesinambungan narasi antar kanal.

Terakhir, pada aspek Commerce, Instagram terbukti menjadi jalur konversi utama dalam sistem kemitraan Dkriuk. Lebih dari 90% calon mitra berasal dari Instagram, yang kemudian diarahkan ke WhatsApp untuk proses negosiasi dan akad. Instagram berperan kuat pada tahap awareness dan consideration, sementara WhatsApp menjadi saluran decision dan action. Pola ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sistem navigasi bisnis yang efektif dalam mendorong konversi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Dkriuk Fried Chicken dalam mengembangkan jaringan kemitraannya tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuannya memanfaatkan Instagram sebagai alat strategis pemasaran digital yang terintegrasi. Meski demikian, optimalisasi pada aspek komunitas, storytelling, personalisasi naratif, dan komunikasi publik masih menjadi peluang penting untuk meningkatkan

kualitas pengalaman digital mitra serta keberlanjutan pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

## **5.2 Saran**

### **1. Saran Akademis**

#### **a. Perluasan Objek dan Metode Penelitian**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji brand kemitraan lain atau membandingkan beberapa UMKM dengan model bisnis serupa guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan media sosial dalam sistem kemitraan.

#### **b. Penggunaan Pendekatan Kuantitatif atau Mixed Methods**

Penelitian ini bersifat kualitatif, sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur secara statistik pengaruh konten, interaksi, dan komunikasi digital terhadap keputusan bergabung sebagai mitra.

#### **c. Pendalaman pada Aspek Psikologis dan Budaya Audiens**

Penelitian lanjutan dapat menggali lebih dalam aspek psikologis, sosial, dan budaya audiens dalam merespons konten digital kemitraan, khususnya terkait faktor kepercayaan, identifikasi diri, dan inklusivitas dalam pemasaran digital UMKM.

#### **d. Pengembangan Kerangka Teoretis Digital Experience**

Peneliti berikutnya juga disarankan untuk mengombinasikan 7C Framework dengan teori lain seperti customer journey, brand trust, atau engagement theory guna memperkaya analisis dan memperluas kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi pemasaran digital.

### **2. Saran Praktis**

#### **a. Penguatan Konten Storytelling dan Emosional**

Dkriuk Fried Chicken disarankan untuk mengembangkan strategi konten berbasis storytelling, khususnya dengan menampilkan kisah nyata para mitra dari berbagai daerah. Konten seperti perjalanan membuka gerai, tantangan awal usaha, hingga pencapaian mitra dapat meningkatkan kedekatan emosional dan membangun kepercayaan calon mitra. Pendekatan ini juga dapat membuat

konten Instagram terasa lebih manusiawi dan tidak semata-mata berorientasi pada penjualan.

#### **b. Pengelolaan Nuansa Visual yang Lebih Inklusif**

Meskipun nilai-nilai religius menjadi bagian dari identitas internal perusahaan, Dkriuk disarankan untuk mengelola simbol dan narasi religius secara lebih moderat di ruang publik Instagram. Hal ini bertujuan agar akun tetap terasa inklusif dan ramah bagi calon mitra dari latar belakang yang beragam tanpa menghilangkan nilai inti perusahaan.

#### **c. Pembentukan Komunitas Digital Mitra**

Dkriuk disarankan untuk mulai membangun komunitas digital resmi, baik dalam bentuk grup tertutup (misalnya WhatsApp, Telegram, atau forum internal) maupun fitur interaktif di Instagram seperti live discussion, Q&A rutin, atau “Mitra of The Month.” Komunitas ini dapat menjadi ruang berbagi pengalaman, solusi operasional, dan dukungan sosial antar mitra, sekaligus memperkuat loyalitas dan rasa kebersamaan.

#### **d. Optimalisasi Personalisasi Konten**

Selain personalisasi teknis melalui iklan berbayar, Dkriuk disarankan untuk menerapkan personalisasi pada level naratif. Konten yang menampilkan mitra dari berbagai daerah, konteks lokal, dan segmentasi kebutuhan (misalnya mitra pemula, mitra berkembang, atau mitra daerah) dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik konten bagi calon mitra.

#### **e. Peningkatan Komunikasi Publik dan Interaktif**

Dkriuk disarankan untuk lebih aktif merespons komentar publik di Instagram, terutama pertanyaan yang bersifat umum. Selain itu, penyelenggaraan sesi interaktif seperti Instagram Live, polling, atau Q&A terbuka dapat meningkatkan transparansi, memperluas jangkauan informasi, serta membangun kepercayaan kolektif di antara pengikut.

#### **f. Penguatan Integrasi Narasi Antarplatform**

Agar pengalaman digital semakin utuh, Dkriuk disarankan untuk menyelaraskan narasi antarplatform, misalnya dengan menghubungkan konten Instagram ke profil mitra di website atau menyediakan katalog digital yang konsisten antara

feed, highlight, dan website. Keseragaman pesan ini akan mempermudah calon mitra dalam memahami sistem bisnis secara menyeluruh.

