

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan demi kepentingan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya oleh peneliti didalam penelitian yang mengangkat judul “*Shoutout For Shoutout Sebagai Media Beriklan Onlineshop di Jejaring Sosial Instagram*” dengan menggunakan metode studi kasus, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Instagram* merupakan media yang paling dekat khalayak saat ini, bagi pelaku bisnis dijadikan sebuah wadah bagi mereka dalam menjajakan produknya dengan fasilitas yang dimilikinya yaitu dengan *memposting* foto produk yang dijual di akun *instagramnya*. Sama seperti kegiatan jual beli konvensional penjual *onlineshop* harus melakukan kegiatan promosi demi meningkatkan penjualannya dan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, dalam dunia *online* khususnya berjualan di jejaring sosial *instagram* terdapat banyak kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh pemilik *onlineshop*, yang saat ini paling banyak dilakukan adalah dengan beriklan dengan cara barter antar sesama *onlineshop*, kegiatan tersebut dinamakan *Shoutout For Shoutout*, kegiatan ini hanya dibayar dengan cara barter tayangan iklan tanpa ada biaya yang dikeluarkan oleh si pemilik *onlineshop*.
2. *Shoutout For Shoutout* banyak diminati karena kontennya yang menarik, fleksibel, dan kegiatannya gratis. Konten yang menarik dapat menarik

konsumen dengan cepat. Dalam perencanaan kegiatan *Shoutout For Shoutout* pemilik *onlineshop* harus bergabung dengan sebuah grup agar dapat mempunyai *partner* dalam beriklan, grup tersebut dipilih pemilik *onlineshop* berdasarkan faktor pertimbangan mereka masing-masing salah satunya karena faktor kenyamanan dalam grup untuk bekerjasama dalam berkegiatan barter iklan. Grup dapat mereka temukan dari hasil temuan mereka di *timeline* akun *instagram* bahwa ada *onlineshop* lain yang sering beriklan dan mencantumkan nama member di setiap *caption* iklan. Grup *Shoutout For Shoutout* terdapat tingkatan dalam jumlah *followers*, maka pemilik *onlineshop* akan masuk pada tingkatan sesuai dengan jumlah *followers* yang mereka miliki kemudian pemilik *onlineshop* akan bergabung dalam grup pada sebuah aplikasi *chatting line*, dan semua komunikasi dilakukan di grup tersebut. Dalam grup terdapat aturan yang harus dipatuhi menyangkut tahapan dalam pelaksanaan iklan, dan menyangkut tatakrama selama berada dalam grup.

3. Dalam aktivitas kegiatan *Shoutout For Shoutout* setiap *onlineshop* harus melalui proses pemahaman akan *rules* secara teknis dari kegiatan iklan seperti apa, kemudian bila sudah mengerti mereka akan bergabung untuk beriklan sesuai dengan tipe yang mereka pilih, bisa *SFS Personal*, *SFS Gabungan*, atau *SFS Keroyokan*. Pemilihan tipe sesuai karakter dari produk yang dijual, sesuai dengan segmentasi yang dituju. Dan pemilik *onlineshop* biasanya mempunyai faktor pertimbangan dalam mengikuti iklan, seperti: waktu *primetime* yang mereka pilih, yaitu disaat para khalayak umum sedang membuka *instagram*, seperti pukul 7-8 pagi, jadwal makan siang, dan waktu

istirahat pada malam hari. Untuk memberikan rasa nyaman saat beriklan sesama *onlineshop* harus bersikap jujur dan tidak merugikan salah satu pihak, dengan begitu dalam setiap akhir iklan biasanya pemilik *onlineshop* harus mengumpulkan bukti *postingan* iklan dan bisa juga *merecheck* iklan dengan melalui akun *instagram* @Satpol.SFS yang dapat mengawasi kegiatan barter iklan.

4. Setelah kegiatan *Shoutout For Shoutout* dilaksanakan akan muncul evaluasi yang harus dilakukan oleh pemilik *onlineshop*. Evaluasi dalam kegiatan barter iklan ini adalah, pemilik *onlineshop* harus merasakan keuntungan dari kegiatan iklan seperti penambahan *followers* yang signifikan, kemudian menambah konsumen dan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dari peneualan produk setelah kegiatan iklan dilakukan. Kegiatan iklan barter ini jangan terlalu sering dilakukan demi mempertahankan *followers* yang sudah ada, karena *Shoutout For Shoutout* merupakan kegiatan yang cukup *spamming* dalam pelaksanaannya. Pemilik *onlineshop* harus memperhitungkan hambatan yang akan dirasakan saat beriklan, untuk itu pastikan hambatan itu dapat dihindari atau pemilik *onlineshop* harus mengetahui solusi dalam penyelesaian hambatan, biasanya hambatan berupa teknis yaitu diakibatkan dari perangkat untuk beriklan, seperti *handphone*, *provider*, dan *signal* yang tidak mendukung. Pada akhirnya kegiatan ini akan terus diminati karena caranya yang fleksibel, gratis, dan tidak mengikat atau tidak ada kontrak yang pasti dalam beriklan, dengan mempertahankan keunikannya kegiatan iklan ini akan terus bertahan dan menjadi alat promosi yang dapat menguntungkan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

1. Saran bagi penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, yang ingin mengangkat tema tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemilik *onlineshop* pada media sosial, khususnya yang ingin menggali lebih jauh mengenai kegiatan *Shoutout For Shoutout*, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam tentang tema tersebut, kemudian diharapkan dapat melihat ide unik yang dapat menjadi bahasan yang lebih menarik dalam penelitiannya. Kemajuan internet semakin pesat kegiatan bisnis dalam dunia *online* pun semakin berkembang, diharapkan pula peneliti selanjutnya dapat menemukan aktivitas promosi lain yang lebih spesifik dalam kegiatannya dan cocok menjadi penemuan baru untuk kegiatan penelitian.
2. Kemudian dengan semakin berkembangnya kegiatan iklan di media internet khususnya jejaring *sosial*, bagi peneliti coba mencari aplikasi lain atau jejaring sosial lain yang dapat digunakan menjadi sarana beriklan, dan kupas secara unik mengenai bahasan tersebut untuk menjadi sebuah penelitian yang lebih baik lagi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Di harapkan bagi para pemilik *onlineshop* yang berjualan dengan menggunakan *instagram* sebagai media penjualannya dapat memaksimalkan dengan baik sarana *instagram* untuk berjualan,

dengan tidak melakukan penipuan yang dapat merugikan banyak orang. Terlebih para pemilik *onlineshop* harus dapat memanfaatkan kegiatan iklan dengan metode *Shoutout For Shoutout* itu dengan sebaik-baiknya dan keluarkan ide kreatifnya agar kegiatan iklan tersebut dapat bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan serta agar mempermudah akses periklanan *onlinehsop*.

2. pengelolaangrup *Shoutout For Shoutout* agar lebih baik lagi sangat diperlukan oleh semua meber yang mengikuti, untuk itu kelola dan musyawarahkan dengan semua member agar grup *Shoutout For Shoutout* dapat mempermudah akses komunikasi dengan baik sebelum pelaksanaan iPlan dimulai, dan agar kegiatan iklan dapat menarik lagi, serta agar makin banyak *onlinehsop* yang ikut bergabung agar kegiatan iklan dengan cara ini tetap brtahan.
3. Diharapkan *Shoutout For Shoutout* ini tetap dengan keunikan dan khasnya yaitu dengan cara barter tetap dipertahankan, karena dengan tanpa biaya dapat sangat membantu bagi pemilik *onlineshop* yang memulai karisnya untuk berjualan di dunia *online*, serta agar menjadi ciri khas yang berbeda denganmetode promosi lain agar pemilik *onlineshop* mudah mengingat dan menjadi kegiatan iklan yang banyak diminati.