

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Instagram @wanadri_coop* dalam membangun citra koperasi di mata generasi z yang telah dilakukan di Koperasi Keluarga Besar Wanadri (KKB Wanadri) yaitu dengan wawancara dan observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi media sosial *Instagram @wanadri_coop* dalam menyebarkan informasi, dalam hal ini pesan disampaikan melalui konten yang telah dibuat dan dikurasi lalu diunggah di *Instagram* KKB Wanadri. Harapan pengelola dalam menyebarkan informasi melalui konten *Instagram* tersebut dapat tersampaikan pesannya terhadap target *audiens*.
2. Citra koperasi di mata generasi Z terbilang rendah saat belum menjadi anggota koperasi hanya pengetahuan tentang koperasi terbatas di Simpan Pinjam, kurang berkembang organisasinya, organisasi profit tetapi ketika telah menjadi anggota terjadi perubahan kognisi, afeksi & konasi mengenai koperasi. Pandangan generasi Z mengenai akun *Instagram @wanadri_coop* terbilang cukup baik akan tetapi mesti ditingkatkan lagi dalam pengelolaan akun *Instagram* nya.
3. Strategi yang dijalankan saat ini dalam membangun citra positif bagi koperasi di mata generasi z melalui media sosial *Instagram* ini telah diterapkan oleh Koperasi Wanadri dengan tahapan *Four Step Public Relations* yaitu identifikasi masalah

(*defining public relations problem*), perencanaan program (*planning and programming*), pelaksanaan dan pengkomunikasian (*Taking Action and Communicating*), dan evaluasi program (*evaluating the program*) namun hasil yang didapatkan belum baik dan belum terencana dengan baik.

4. Bahwa perancangan model strategi komunikasi media sosial berbasis model SIRKEL-Z (*Share, Optimize, Manage, Engage*) dapat menjadi pendekatan strategis dan operasional yang sistematis untuk meningkatkan citra koperasi di kalangan Generasi Z melalui platform Instagram @wanadri_coop. Setiap pilar dalam model ini memiliki fungsi yang saling melengkapi dan membentuk satu siklus komunikasi yang berkelanjutan.
 - a. *Share (Narrative & Awareness)* berperan sebagai fondasi dalam membangun kesadaran dan narasi positif tentang koperasi.
 - b. *Optimize (Research & Content Fit)* memastikan seluruh konten yang diunggah benar-benar sesuai dengan preferensi dan pola konsumsi Generasi Z.
 - c. *Manage (Operasional & Respons)* berfokus pada pengelolaan interaksi secara cepat, profesional, dan sistematis.
 - d. *Engage (Retain & Amplify)* memperdalam relasi dengan audiens melalui pelibatan aktif, kolaborasi komunitas, dan penguatan user-generated content.

5.2 Saran-saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang sudah dilakukan ini masih jauh dari kata sempurna. Hasil penelitian yang masih jauh dari kata sempurna ini peneliti harap setidaknya dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya. Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap strategi komunikasi media sosial *platform Instagram* bagi lembaga koperasi sebagai media peningkatan citra khususnya Koperasi Keluarga Besar Wanadri (KKB Wanadri). Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih dalam serta lebih memanfaatkan literatur-literatur lainnya tidak hanya yang ada di dalam kampus mengenai strategi komunikasi media sosial *Instagram @wanadri_coop* dalam membangun citra koperasi di mata gen z saja.

2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti bermaksud mengajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam memperbaiki kinerja Koperasi untuk kedepannya, yaitu sebagai berikut:

- Koperasi Keluarga Besar Wanadri diharapkan dapat membuat strategi lebih baik dan terperinci pada setiap komponen kegiatan yang dilakukan dalam mengkomunikasikan informasinya, sehingga mampu membangun

citra positif bagi koperasi lebih kuat lagi. Jadi *followers* pada *Instagram* Koperasi Wanadri dapat lebih meningkat lalu partisipasi dan transaksi anggota dapat meningkat juga.

- Model pengembangan strategi komunikasi ini sebaiknya dapat ditingkatkan kembali dibagian mengelola konten *Instagram* (*manage*) dan melibatkan konten dengan pengikut *Instagram* (*engage*).
- Citra koperasi dapat ditingkatkan lagi dengan upaya pelatihan perkoperasian agar pemahaman koperasi mendalam dan isi unggahan konten yang dimana dapat membangun citra positif lebih baik.
- Strategi yang dijalankan dalam upaya membangun citra positif bagi koperasi melalui *Instagram* dapat ditingkatkan lagi di bagian perencanaan program (*planning and programming*) dikarenakan belum optimal dalam kinerjanya.
- KKB Wanadri diharapkan memiliki media sosial selain *Instagram* dikarenakan pengguna media sosial tidak hanya platform itu saja dapat menambahkan media sosial seperti *TikTok*, *Facebook*, *Youtube* dan *LinkedIn* dengan admin atau pengelola yang mampu menjalankannya.
- Pengelola akun *Instagram* diharapkan membuat konten yang spesifik seperti untuk kriteria umum, jenis kelamin, terlibat dalam konten agar terarah pesan yang ingin disampaikan