**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Warung Wagyu Fat Boys ini adalah sebuah kedai tempat makan pinggir jalan yang menyajikan makanan dengan *style* Jepang dan Indonesia. Warung Wagyu Fat Boys selaku usaha yang bergerak di bidang makanan memilki akun Instagram untuk memberikan informasi dalam bentuk foto dan video. Konten foto dan video yang di publikasikan Warung Wagyu bertujuan untuk menyebarkan informasi untuk konsumen dan calon konsumen dengan adanya unggahan dari foto dan video yang di pubikasikan Warung Wagyu Fat Boys.

Dalam penelitian strategi membentuk citra postif melalui publikasi foto dan video di Instagram memiliki 4 indikator dalam membentuk citra positif yaitu pertama adalah bagaimana strategi membentuk persepsi melalui publikasi foto dan video. Dalam membentuk persepsi peneliti menemukan bahwa strategi yang di pakai oleh pemilik usaha dan admin Instagram Warung Wagyu Fat Boys yaitu menanamkan pesan atau memberikan makna terhadap foto dan video yang akan di publikasikan Warung Wagyu Fat Boys sesuai dengan apa yang di rencanakan oleh pemilik yang akan di publikasikan melalui Instagram untuk calon konsumen dan konsumen Warung Wagyu Fat Boys. Selain itu informasi yang di publikasikan dalam berbentuk foto dan video memilki kuantitas konten yang akan di publikasikan, jadwal jam untuk mengunggah konten dan banyaknya jenis - jenis konten yang akan di publikasikan. Strategi itu dilakukan untuk membentuk persepsi konsumen melalui pesan dalam bentuk foto dan video. Dan pada penelitian ini persepsi yang di sampaikan melalui foto dan video di terima baik sesuai dengan apa yang di harapakan oleh Owner dari Warung Wagyu Fat Boys

Kedua strategi membentuk kognisi melalui publikasi foto dan video di Instagram bahwa dalam untuk membentuk kognisi konsumen melalui informasi dengan adanya informasi yang di terima konsumen memberikan keyakinan. Pada penelitian ini strategi yang dipakai oleh Warung Wagyu Fat Boys dalam membentuk kognisi yaitu dengan memberikan berbagai macam jenis informasi yang di publikasikan oleh Warung Wagyu Fat Boys untuk di terima konsumen. Dengan berbagai jenis kontent foto dan video inilah yang menjadi strategi pembentukan kognisi terhadap konsumen. Kontent foto dan video yang di berikan untuk konsumen yang di salurkan melalui Instagram untuk membentuk dan memperkuat kognisi konsumen Warung Wagyu Fat Boys dan pada tahap pembentukan kognisi strategi Warung Wagyu Fat Boys.

Ketiga strategi membentuk motivasi melalui publikasi foto dan video di Instagram. strategi yang dilakukan membentuk motivasi konsumen yang dilakukan Warung Wagyu Fat Boys menggunakan konten foto dan video sebagai daya dorong konsumen untuk berkunjung serta promosi agar konsumen termotivasi untuk datang dan berkunjung ke Warung Wagyu Fat Boys hasil dari strategi untuk membentuk motivasi dari konsumen bahwa yang di lakukan Warung Wagyu Fat Boys memberikan hasil dengan ada konsumen dengan melihat konten foto dan video yang di publikasikan Warung Wagyu Fat Boys konsumen tertarik mencoba produk makanan yang diberikan oleh Warung Wagyu Fat Boys.

Keempat yaitu sikap, sikap adalah hasil dari apa yang dirasakan oleh konsumen dari proses menerima perseps, kognisi dan motivasi yang di berikan oleh Warung Wagyu Fat Boys. Sikap yang berikan oleh konsumen sesuai dengan apa yang di berikan melalui pesan informasi yang unggah atau di publikasikan di Warung Wagyu Fat Boys.

1. **Saran**

Selama Penyusunan penelitian ini, peneliti menemukan banyak pengetahunan baru mengenai strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram. Sehingga ada beberapa saran akademis maupun praktis yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian di masa yang akan datang sehubungan dengan strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram Warung Wagyu Fat Boys.

1. **Saran Akademis**

Berdasarkan perspektif akademis, peneliti menyarankan agar penelitian ini mengenai topik membentuk citra positif foto dan video di Instagram dapat dikembangan seiring dengan berjalannya industri kreatif di Indonesia 4.0. dan dunia Marketing.

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar penelitian mengenai topik pembentukan citra menggunakan metode kuantitatif yaitu mengukur pengaruhnya pembentukan citra pada kontent di Instagram Warung Wagyu Fat Boys dan meneliti lebih dalam sikap dari konsumen di Instagram.

1. **Saran Praktis**

Dalam Penelitian strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram, peneliti memberikan saran untuk Instagram Warung Wagyu Fat Boys untuk memaksimalkan fitur – fitur yang terdapat pada Instagram yaitu tentang promosi berbayar melalui Instagram *story* dan *feed* pada Instagram agar jangkauan untuk mendatang lebih banyak konsumen dan penyebaran informasi tentang Warung Wagyu Fat Boys dapat tersebar melalui pengguna aktif Instagram di Indonesia dengan sasaran target yang sesuai dengan yang di inginkan