

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi Mbloc Market melalui media sosial, terutama Instagram, terbukti efektif dalam membangun brand image sebagai marketplace lokal yang kreatif dan mendukung produk UMKM. Komunikasi yang dilakukan melibatkan pendekatan dua arah yang personal dan transparan, menciptakan koneksi antara merek dan audiens. Melalui penggunaan *storytelling*, visual estetik, dan konten yang relevan dengan minat audiens, Mbloc Market berhasil memperkenalkan nilai-nilai inti mereka, seperti keberlanjutan, komunitas, dan kreativitas. Selain itu, interaksi dengan audiens yang aktif melalui fitur seperti komentar, pesan langsung, dan kolaborasi dengan influencer atau komunitas lokal meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens. Media sosial, terutama Instagram, memainkan peran penting sebagai perantara yang menyampaikan pesan dan membangun persepsi positif terhadap merek. Meningkatkan brand image sebagai lokal marketplace memerlukan strategi komunikasi yang terencana dan terarah, mengingat persaingan yang semakin ketat dengan marketplace global. Media sosial memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan yang relevan, autentik, dan mendukung kredibilitas serta keunikan lokal. Melalui pemilihan komunikator yang tepat, seperti tokoh lokal atau influencer UMKM, serta penekanan pada nilai-nilai lokal yang mendukung komunitas, marketplace dapat membangun hubungan dengan audiens. Strategi yang konsisten dalam menyampaikan pesan, memahami dinamika komunitas lokal, serta memanfaatkan fitur interaktif di media sosial akan meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat loyalitas mereka. Marketplace lokal juga perlu beradaptasi dengan perubahan situasional, seperti kebutuhan ekonomi dan relevansi budaya, agar dapat tetap terhubung dengan audiens.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Praktis

Untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi M Bloc Market dalam membangun brand image yang kuat di kalangan audiens, penting bagi M Bloc Market untuk lebih intens berkolaborasi dengan UMKM dan komunitas kreatif lokal. Kolaborasi ini tidak hanya akan memperkuat citra M Bloc Market sebagai platform yang mendukung keberlanjutan dan pemberdayaan ekonomi lokal, tetapi juga memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan audiens. Melalui kerja sama ini, M Bloc Market bisa lebih mendekati diri dengan audiens yang memiliki minat pada produk lokal dan usaha kecil. Selain itu, eksplorasi terhadap berbagai format konten baru seperti *livestreaming event* atau *behind-the-scenes* dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan menarik bagi audiens, menciptakan keterikatan yang lebih kuat antara merek dan konsumen. Dengan memanfaatkan fitur interaktif yang ada di media sosial, seperti polling, sesi tanya jawab, dan live streaming, M Bloc Market juga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka. Konten yang lebih autentik, serta interaksi yang lebih sering dengan audiens, akan membantu merek tetap relevan dan dapat dipercaya di mata konsumen.

V.2.2 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian ini menunjukkan pentingnya transparansi dan keaslian dalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh M Bloc Market. Agar dapat terus membangun kepercayaan dan kedekatan dengan audiens, M Bloc Market harus menjaga nilai-nilai keaslian yang tercermin dalam setiap konten yang disebar. Penekanan pada keberlanjutan dan dukungan terhadap produk lokal harus menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari setiap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar M Bloc Market memastikan bahwa pesan mengenai produk lokal dan keberlanjutan disampaikan secara konsisten di seluruh saluran media sosial. Hal ini tidak hanya akan memperkuat citra merek, tetapi juga memperkuat kredibilitas M Bloc Market sebagai marketplace yang mendukung ekonomi lokal. Selain itu, dengan terus mengembangkan format konten yang inovatif dan meningkatkan penggunaan fitur-

fitur interaktif pada media sosial, M Bloc Market dapat menciptakan hubungan yang lebih dinamis dengan audiens. Penelitian ini juga menyarankan agar M Bloc Market terus melakukan evaluasi terhadap dampak dari berbagai strategi komunikasi yang diterapkan, untuk memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan tetap sesuai dengan perubahan tren dan preferensi audiens.