

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mencari tahu pengaruh signifikan antara variabel bebas yaitu, pengaruh konten *Instagram* dengan variabel minat beli produk kursus Bahasa Inggris dengan studi korelasi pada pengikut akun *Instagram* @lbliacikokol. Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Konten Media Sosial *Instagram* terhadap Minat Beli Produk Kursus Bahasa Inggris (Studi Korelasi pada Pengikut Akun *Instagram* @lbliaciokol) dengan jumlah sampel 58 responden, ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara konten media sosial *Instagram* terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa **Kesatu**, pengaruh *clear* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori sedang. Yang berarti kalangan pengikut akun @lbliacikokol dapat memahami isi pesan dari konten *Instagram* @lbliacikokol dengan jelas. *Clear* berpengaruh positif terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris, namun tidak berpengaruh secara signifikan. Walaupun tidak signifikan, hubungan positif tetap ada. Artinya, semakin jelas isi pesan dalam konten *Instagram* @lbliacikokol semakin tinggi pula minat beli produk kursus Bahasa Inggris.

Kedua, pengaruh *concise* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori sedang. Sehingga dapat dimaknai bahwa isi pesan dalam konten @lbliacikokol ringkas, singkat dan tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan sehingga kalangan pengikut *Instagram* @lbliacikokol dapat mudah mencernanya. *Concise* berpengaruh secara negatif sehingga dapat diartikan bahwa penggunaan kata yang terlalu ringkas dalam isi pesan konten *Instagram* @lbliacikokol akan berpengaruh pada menurunnya minat beli dalam membeli produk kursus Bahasa Inggris.

Ketiga, pengaruh *concrete* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori sedang. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi mengenai produk kursus Bahasa Inggris @lbliacikokol selalu benar sehingga kalangan pengikut @lbliacikokol percaya akan konten yang ada pada akun *Instagram* @lbliacikokol. *Concrete* berpengaruh secara negatif sehingga dapat

diartikan bahwa semakin banyak penggunaan kata-kata yang konkret dalam konten *Instagram* @lblicikokol maka minat beli produk kursus Bahasa Inggris akan semakin menurun.

Keempat, pengaruh *correct* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori kuat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin akurat dan benar isi pesan dalam konten *Instagram* @lblicikokol maka minat beli produk kursus Bahasa Inggris akan semakin meningkat. Berdasarkan uji hipotesis diketahui terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi *correct* dalam konten media sosial *Instagram* terhadap minat beli produk kursus bahasa Inggris. Semakin tinggi penerapan dimensi *correct* ke dalam konten *Instagram* @lblicikokol maka semakin tinggi pula tingkat minat beli kalangan pengikut akun @lblicikokol dalam membeli produk kursus Bahasa Inggris mereka.

Kelima, pengaruh *coherent* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori kuat, dapat dimaknai bahwa kalangan pengikut *Instagram* @lblicikokol dapat dengan mudah memahami makna dari isi pesan yang ada di dalam konten *Instagram* @lblicikokol. *Coherent* berpengaruh secara positif terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris, namun tidak berpengaruh secara signifikan. Walaupun tidak signifikan, terdapat hubungan positif antara *coherent* terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris, maka dari itu semakin logis dan mudah dipahami penyampaian pesan dalam konten *Instagram* @lblicikokol maka semakin tinggi pula minat beli produk kursus Bahasa Inggris.

Keenam, pengaruh *complete* dalam konten media sosial *Instagram* masuk ke dalam kategori sedang, dapat dimaknai bahwa isi pesan dalam konten *Instagram* @lblicikokol mampu menjawab pertanyaan dari kalangan pengikut *Instagram* @lblicikokol. *Complete* berpengaruh secara positif terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Walaupun tidak signifikan, hubungan positif antara *complete* terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap dan rinci informasi yang diberikan dalam konten *Instagram* @lblicikokol maka semakin meningkat pula minat beli produk kursus Bahasa Inggris pada kalangan pengikut *Instagram* @lblicikokol.

Ketujuh, pengaruh *courteous* dalam konten media sosial *Instagram* masuk

ke dalam kategori kuat, sehingga dapat dimaknai bahwa isi pesan dalam konten *Instagram* @lbliacikokol sesuai dengan target audiens kalangan pengikut akun *Instagram* @lbliacikokol. *Courteous* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris namun tidak berpengaruh secara signifikan. Walaupun tidak signifikan, hubungan positif tetap ada maka semakin sesuai isi pesan dalam konten *Instagram* @lbliacikokol dengan target audiens kalangan pengikut *Instagram* @lbliacikokol maka semakin tinggi pula minat beli produk kursus Bahasa Inggris.

5.2. Implikasi

Konten media sosial *Instagram* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris. Oleh karena itu, dapat diterapkan dalam dunia komunikasi pemasaran digital, baik secara teoretis maupun secara praktis. Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang ditarik, dapat dipaparkan beberapa implikasi yang dapat digunakan secara praktis dan teoritis terhadap dunia komunikasi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

5.2.1. Implikasi Teoretis

Dari penelitian ini, dapat diharapkan dari penulis bahwa akan adanya manfaat seperti menambah wawasan atau pengetahuan mengenai *Instagram* sebagai media yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran digital. Penulis berharap bahwa pemikiran ini dapat memberikan sudut pandang yang dapat menambah referensi ataupun memperkuat teori yang ada terkait komunikasi pemasaran yang berhubungan dengan promosi produk.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pengaruh konten media sosial *Instagram* terhadap minat beli produk kursus Bahasa Inggris. Hal tersebut dapat diketahui melalui tujuh C (7C) dalam berkomunikasi dari Solis: *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan courteous*, penelitian ini difokuskan pada efektivitas konten media sosial *Instagram* @lbliacikokol yang berdampak pada variabel terikat, yaitu minat beli produk kursus Bahasa Inggris terutama pada murid LB LIA Tangerang. Oleh karena itu, penelitian ini dapat diartikan memiliki tujuan untuk

menambahkan literasi mengenai kajian komunikasi pemasaran digital.

5.2.2. Implikasi Praktis

1. Manfaat Bagi Pelaku Bisnis

Manfaat bagi pelaku bisnis adalah penelitian ini dapat menjadi data untuk pelaku bisnis dalam melakukan pemasaran melalui media sosial *Instagram*. Selain itu pelaku bisnis juga dapat memaksimalkan potensial mereka dalam memasarkan produk-produk mereka di media sosial sehingga dapat merangsang ketertarikan pengunjung akun media sosial mereka untuk membeli produk mereka

2. Manfaat Bagi Pengguna Media Sosial

Manfaat bagi pengguna media sosial yaitu diharapkan dari penelitian ini bisa menjadi tambahan referensi ketika ingin menyelam ke dalam pemasaran di media sosial. Masyarakat menjadi bisa turut serta dalam berbagai upaya untuk menjadi seseorang yang handal dalam memasarkan produk mereka di media sosial.

2. Manfaat Segi Kebijakan

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dari segi kebijakan, di mana Lembaga Pendidikan Indonesia khususnya di bidang kursus Bahasa Inggris lebih memerhatikan konten media sosial *Instagram* agar dapat memanfaatkan informasi yang tersedia sehingga dapat meningkatkan minat beli dari pengikut akun mereka.

3. Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dari segi isu dan aksi sosial, salah satunya agar dapat dijadikan sebuah landasan dalam meningkatkan strategi pemasaran di media sosial *Instagram* sehingga dapat meningkatkan minat beli dalam masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi.

5.3. Rekomendasi

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menelusuri dan mengamati apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas yaitu konten *Instagram* terhadap variabel terikat yaitu, minat beli. Penelitian dapat disempurnakan lebih jauh dengan dilakukannya penelitian mengenai bagaimana penyampaian pesan persuasif dalam *Instagram* itu sendiri. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan lebih jauh dengan menelusuri faktor eksternal yang memberi dampak terhadap minat beli. Hasil penelitian berupa simpulan, implikasi, dan rekomendasi kepada pihak yang berhubungan sehingga dapat dilakukannya pertimbangan dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian di waktu mendatang mengenai topik yang serupa. Maka dari itu, rekomendasi yang ingin disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk LB LIA Tangerang

LB LIA Tangerang sebagai pelaku bisnis dapat memaksimalkan *Instagram* sebagai *platform* untuk melakukan pemasaran digital. LB LIA Tangerang juga perlu untuk memiliki kemampuan dalam mengobservasi dan menganalisis bagaimana pengikut akun @lbliacikokol memproses isi pesan dari konten tersebut, sehingga dapat terjadi rangsangan untuk membeli produk kursus Bahasa Inggrisnya. Selain itu diperlukan juga untuk menguasai 7C komunikasi oleh Solis sehingga dalam membuat konten *Instagram* pembuatan dan penyampaian isi pesan dapat berjalan dengan lancar kepada pengikut akun @lbliacikokol sehingga minat beli mereka dapat terangsang.

2. Untuk Akademis

Masih terdapat kekurangan dari peneliti karena keterbatasan dan kekurangan yang peneliti miliki sehingga diperlukan ruang untuk lebih sempurna dalam mengkaji topik yang serupa. Peneliti berharap semakin banyak peneliti yang melakukan penelitian yang serupa dalam mengkaji topik seputar komunikasi pemasaran digital yang mengacu pada lembaga pendidikan bagian kursus Bahasa Inggris. Sehingga dapat diharapkan jika semakin banyak yang melakukan penelitian serupa, maka bahan referensi akan menjadi banyak sehingga dapat membantu penelitian serupa di masa mendatang.