

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Sebagaimana hasil dari penelitian Pengaruh Terpaan Media Akun Instagram *Beauty Influencer* Abel Cantika terhadap Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up* yang dilakukan terhadap pengikut akun Instagram @abellyc dengan populasi 400, berikut hasil simpulan yang dapat peneliti paparkan:

- a. Sebagaimana besaran yang ditemukan dari frekuensi pengikut melihat akun Instagram @abellyc berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* mendapatkan nilai korelasi sebesar 0,836 dan  $t_{hitung}$  3,973 lebih dari nilai  $t_{tabel}$  1,966, yang mana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  yang terpenuhi dengan  $sig < 0,05$ . Oleh karena itu, besaran yang ditemukan dari frekuensi pengikut melihat akun Instagram @abellyc memiliki hasil yang sangat signifikan untuk berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* dan hasil hipotesis variabel ini diterima.
- b. Selanjutnya besaran yang didapatkan dari durasi pengikut melihat akun Instagram @abellyc berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* mendapatkan nilai korelasi sebesar 0,746 dan  $t_{hitung}$  2,331 > nilai  $t_{tabel}$  1,966, artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan  $sig < 0,05$ . Oleh karena itu, besaran yang ditemukan dari durasi pengikut melihat akun Instagram @abellyc memiliki hasil yang signifikan untuk berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* dan hasil hipotesis variabel ini diterima.
- c. Adanya perbedaan besaran yang didapatkan dari atensi pengikut melihat akun Instagram @abellyc berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* mendapatkan nilai korelasi sebesar 0,890 dan  $t_{hitung}$  11,418 > nilai  $t_{tabel}$  1,966, artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan  $sig < 0,05$ . Oleh karena itu, besaran yang ditemukan dari atensi pengikut melihat akun Instagram @abellyc memiliki hasil yang sangat signifikan untuk berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* dan hasil hipotesis variabel ini diterima.

- d. Efektivitas pengikut melihat akun Instagram @abellyc berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* mendapatkan nilai korelasi sebesar 0,717 dan nilai regresi 6,055. Oleh karena itu, efektivitas yang diberikan akun Instagram @abellyc signifikan dan terarah untuk berpengaruh terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up*.

## 5.2 Implikasi

Pada penelitian ini dapat peneliti simpulkan bahwa hasil luaran variabel dependen dapat dipengaruhi secara positif oleh variabel independent. Berdasarkan hasil tersebut akan peneliti paparkan sesuai implikasi teoritis dan praktis seperti berikut.

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

- a. Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terpaan media akun Instagram *beauty influencer* Abel Cantika memiliki hubungan signifikan dengan perilaku imitasi penggunaan *make up*. Adanya pengaruh signifikan berdasarkan hasil dari terpaan media melalui frekuensi, durasi dan atensi sehingga terjadinya perilaku imitasi penggunaan *make up* yang dilakukan oleh pengikut akun Instagram @abellyc.
- b. Penelitian ini diperkuat dengan dasar teori S-O-R, dimana teori tersebut mengasumsikan bahwa pemicu terjadinya perubahan perilaku sesuai bagaimana penyampaian komunikasi (stimulus) terhadap penerima pesan (organism) (Armawan, dkk., 2022). Hasil yang dapat diungkapkan dengan teori ini adalah terpaan media Akun Instagram yang diberikan oleh *beauty influencer* Abel Cantika (Stimulus) memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pengikutnya (Organism) hingga terjadinya perilaku imitasi penggunaan *make up* (Respons).

### 5.2.2 Implikasi Praktis

- a. Frekuensi yang merupakan bagian dari Terpaan Media menghasilkan pengaruh dengan hasil positif pada Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up*. Maka, dapat peneliti simpulkan dengan Frekuensi dari Terpaan Media mempengaruhi Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up* dengan sangat signifikan.

- b. Durasi yang merupakan bagian dari Terpaan Media menghasilkan pengaruh dengan hasil positif pada Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up*. Maka darinya, dapat peneliti simpulkan dengan Durasi dari Terpaan Media mempengaruhi Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up* dengan signifikan.
- c. Atensi yang merupakan bagian dari Terpaan Media menghasilkan pengaruh dengan hasil positif terhadap Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up*. Oleh karena itu, dapat peneliti simpulkan dengan Atensi dari Terpaan Media mempengaruhi Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up* dengan sangat signifikan.
- d. Terpaan Media dapat secara positif berpengaruh pada Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up*. Oleh karena itu, dapat peneliti simpulkan dengan Durasi dari Terpaan Media dengan signifikan mempengaruhi hasil Perilaku Imitasi Penggunaan *Make up* dikarenakan Frekuensi (X1) dan Durasi (X2) secara kategori uji hipotesis termasuk dalam cukup sedangkan Atensi (X3) termasuk tinggi.

### 5.3 Rekomendasi

Sebagaimana hasil yang telah ditemukan oleh peneliti, peneliti ingin memberikan rekomendasi terhadap pihak yang bersangkutan. Pihak yang terkait dengan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk Pemilik Akun Instagram @abellyc

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk Abel Cantika dalam menghasilkan konten-konten yang lebih menarik berikutnya karena tidak dapat dipungkiri bahwa konten yang dibuat berpengaruh terhadap pengikut untuk berperilaku imitasi penggunaan *make up*.

2. Untuk Pengikut Akun Instagram @abellyc

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan ataupun informasi yang baru mengenai adanya pengaruh dari terpaan media akun Instagram *beauty influencer* Abel Cantika terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* dan berharap dengan terjadinya perilaku imitasi penggunaan *make up* dapat menambah atau menjadi suatu pekerjaan salah satunya *beauty influencer* juga seperti Abel Cantika (@abellyc).

### 3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi penelitian di masa depan dan penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas kembali isi penelitian ini agar menambah informasi yang baru dan luas.

### 4. Untuk Pemangku Kebijakan

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa digunakan untuk dasar untuk mempertimbangkan pemanfaatan *influencer* atau *key opinion leader* (KOL) dalam menyebarkan informasi dan memengaruhi masyarakat untuk mematuhi kebijakan publik.