

## BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

### 5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterlibatan audiens terhadap konten visual di Instagram @imbex.series. Didasari oleh tujuan tersebut, bab ini akan memaparkan simpulan dari temuan dan pembahasan yang telah diperoleh. Simpulan ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian, yaitu: (1) bagaimana *presentation of self* yang ditunjukkan oleh audiens pada konten visual @imbex.series di Instagram; (2) bagaimana *action and participation* yang dilakukan audiens terhadap konten tersebut; (3) bagaimana *uses and gratifications* yang dirasakan audiens; dan (4) bagaimana *positive experience* yang dialami audiens melalui interaksi dengan konten visual @imbex.series. Berdasarkan hasil analisis, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Audiens Instagram @imbex.series terbagi menjadi dua kelompok, yaitu ibu-ibu dan penyedia jasa titip (jastip). Ibu-ibu mempresentasikan diri dalam tema sosial sebagai pengunjung pameran IMBEX untuk menunjukkan perubahan status sosial. Penyedia jastip mempresentasikan diri dalam tema psikologi dan ekonomi, menonjolkan citra sebagai jasa titip yang terpercaya, nyaman, dan menawarkan biaya terjangkau untuk menarik pelanggan dan menambah pengikut. Kemudian, dampak dari presentasi diri ini terlihat dalam tiga aspek. Pada aspek sosial, ibu-ibu memperluas jaringan pertemanan. Pada aspek psikologi, penyedia jastip mendapatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pada aspek ekonomi, penyedia jastip berhasil meningkatkan jumlah pelanggan melalui cara mereka mempresentasikan diri. Dapat disimpulkan bahwa audiens Instagram @imbex.series mempresentasikan diri mereka sesuai dengan preferensi dan keinginan pribadi masing-masing.
2. Audiens di Instagram @imbex.series terlibat dalam dua jenis keterlibatan: aksi dan partisipasi. Aksi, seperti suka, komentar, dan membagikan konten, dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dari sisi psikologi, audiens suka mengapresiasi konten yang menurutnya menarik. Sementara dari sisi ekonomi, ditemukan bahwa audiens ingin menarik lebih banyak pelanggan

untuk usahanya. Kemudian dari sisi komunikasi, audiens merasa konten IMBEX mudah diakses dan dapat memberikan umpan balik yang berguna. Dan yang terakhir dari sisi edukasi, audiens merasa membutuhkan informasi yang diberikan. Faktor utama yang mendorong audiens melakukan aksi adalah konten yang berisikan informasi bermanfaat seperti promo dan pameran. Selain isi, format konten reels juga dapat menarik perhatian audiens.

3. Temuan ini membahas penggunaan dan kepuasan audiens di Instagram @imbex.series. Yang pertama, audiens mengungkapkan alasannya dalam menggunakan Instagram, dibagi menjadi tiga bagian (sosial, psikologis, dan ekonomi). Secara sosial, audiens ini terdorong oleh pengaruh teman dan tren. Secara psikologis, audiens tertarik karena jasa titip dianggap menarik. Sementara secara ekonomi, mereka melihat peluang finansial. Kemudian, audiens juga mengungkapkan motivasinya dalam mengikuti akun @imbex.series yang terbagi dalam dua tema: yaitu untuk penawaran promosi (ekonomi), dan untuk mendapatkan informasi terbaru (edukasi). Lalu ditemukan juga, konten promosi seperti diskon, brand, dan info pameran menjadi yang paling dicari. Selain itu, alasan audiens mengakses konten visual didorong oleh kebutuhan informasi (edukasi), efisiensi (psikologi), dan kemudahan akses (komunikasi). Dan yang terakhir dampak yang diberikan setelah mengakses konten visual, secara psikologis audiens ini lebih impulsif, sementara secara edukasi, audiens mendapat informasi baru dan pemahaman lebih baik tentang pameran IMBEX.
4. Audiens yang melakukan keterlibatan pada konten visual di Instagram @imbex.series dapat memperoleh pengalaman positif. Pengalaman positif ini di ekspresikan pada konten visual dengan like dan share (keterlibatan). Selain itu, alasan audiens memiliki pengalaman positif setelah mengakses konten visual dibagi menjadi dua tema yaitu, edukasi dan psikologi. Dalam aspek edukasi, alasan audiens memiliki pengalaman positif karena adanya kelengkapan informasi di konten imbex serta isi konten yang informatif. Dalam aspek psikologi, alasan audiens memiliki pengalaman positif karena isi informasi dan visual yang menarik.

## 5.2. Implikasi

Penelitian ini dapat menjadi implikasi terhadap beberapa tindakan. Peneliti membaginya ke dalam dua kategori, yaitu implikasi akademis dan implikasi praktis.

### 5.2.1. Implikasi Akademis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan literatur terkait *social media engagement*, khususnya dalam konteks bagaimana audiens terlibat secara aktif dengan konten visual di platform media sosial seperti Instagram. Dengan memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan audiens, penelitian ini dapat memperkaya perspektif akademis di bidang komunikasi digital.
2. Penelitian ini juga menegaskan adanya hubungan yang erat antara teori *Uses and Gratification* (UGT) dan keterlibatan audiens di media sosial. UGT menjelaskan bahwa audiens memiliki kebutuhan spesifik yang ingin dipenuhi melalui konsumsi media, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Studi ini membuktikan bahwa motivasi tersebut berperan penting dalam mendorong audiens untuk terlibat lebih dalam, baik melalui aksi langsung seperti menyukai dan mengomentari konten, maupun partisipasi aktif lainnya.
3. Temuan penelitian ini mendukung dan memperkuat model *Social Media Engagement* yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai pola keterlibatan audiens di Instagram. Peneliti berhasil mengaplikasikan model ini dengan mempertimbangkan latar belakang dan konteks khusus dari audiens @imbex.series, seperti kebutuhan edukasi, promosi, dan komunikasi.
4. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dalam literatur dan jurnal penelitian terdahulu, yang memperkuat validitas dan relevansi teori serta konsep yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi baru, tetapi juga menegaskan hasil penelitian sebelumnya, memperkuat fondasi teoretis dalam studi tentang keterlibatan audiens di media sosial.

### 5.2.2. Implikasi Praktis

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dalam konten visual mampu meningkatkan *engagement* akun Instagram sekaligus meningkatkan pengunjung pameran. Maka dari itu, IMBEX SERIES dapat mempertimbangkan untuk mengoptimalkan promosinya dalam konten visual di akun Instagram @imbex.series.
2. Memahami keterlibatan audiens terhadap konten visual merupakan langkah strategis yang esensial dalam mengoptimalkan efektivitas komunikasi promosi digital. Dengan menganalisis pola interaksi audiens, seperti menyukai, membagikan, atau mengomentari konten, pengelola dapat mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan audiens secara lebih mendalam. Maka dari itu, IMBEX SERIES dapat mempertimbangkan untuk menganalisis audiens nya secara rutin.

### 5.3. Rekomendasi

#### 5.3.1. Rekomendasi Akademis

Penelitian ini telah mendalami bagaimana keterlibatan yang ditunjukkan audiens pada konten visual Instagram @imbex.series. Dengan menggunakan teori Uses and Gratification (UGT), penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens melakukan keterlibatan karena ingin mengetahui informasi pameran, merek, dan produk pada pameran IMBEX. Peneliti merekomendasikan untuk melakukan penelitian dari sudut pandang lain yang belum terungkap dalam riset ini.

#### 5.3.2. Rekomendasi Praktis

Peneliti juga memberikan rekomendasi praktis bagi pihak lain. Peneliti memberikan rekomendasi kepada merek pameran untuk bertindak sesuai riset yang telah dilakukan. Hal ini dapat bermanfaat dalam mempersiapkan promosi konten visual di Instagram. Penulis juga memberikan rekomendasi kepada merek pameran untuk terus meningkatkan dan memperbaiki strategi promosi konten visual di Instagram ini. Merek pameran harus terus mengetahui perkembangan tren yang sedang berlangsung. Meski begitu, merek pameran dapat mempertahankan dan menampilkan karakteristik mereka dalam konten yang dibagikan.