

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan pemaparan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan mengenai Pengaruh Konten Instagram Reels *Imagine a Life with Sophia Latjuba* terhadap Brand Image Hotto dengan studi korelasi pada pengikut Instagram @secangkir.hotto, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil sebagai berikut.

1. Konten Instagram Reels *Imagine a Life with Sophia Latjuba* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan *brand image* Hotto. Dengan demikian, asumsi dari teori komunikasi Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) telah teruji benar adanya karena dapat membuktikan bahwa konten yang merupakan stimulus (S) dapat menghasilkan respons (R) dalam bentuk persepsi mengenai *brand image* pada audiens atau organismenya (O).
2. Hasil pengolahan data yang dilakukan pada subvariabel isi pesan (X1) menunjukkan bahwa isi pesan konten Instagram Reels *Imagine a Life with Sophia Latjuba* memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand image* Hotto dengan nilai $t_{hitung} 7.073 > \text{nilai } t_{tabel} 1.967$ serta nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Maka dari itu, hipotesis penelitian (H1) dapat diterima.
3. Hasil pengolahan data yang dilakukan pada subvariabel struktur pesan (X2) menunjukkan bahwa struktur pesan konten Instagram Reels “Imagine a Life with Sophia Latjuba” memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand image* Hotto dengan nilai $t_{hitung} 2.940 > \text{nilai } t_{tabel} 1.967$ serta nilai signifikansi $0.003 < 0.05$. Maka dari itu, hipotesis penelitian (H2) dapat diterima.
4. Hasil pengolahan data yang dilakukan pada subvariabel struktur pesan (X2) menunjukkan bahwa struktur pesan konten Instagram Reels “Imagine a Life with Sophia Latjuba” memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand image* Hotto dengan nilai $t_{hitung} 3.256 > t_{tabel} 1.967$ serta nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$. Maka dari itu, hipotesis penelitian (H3) dapat diterima.

5. Hasil pengolahan data yang dilakukan pada subvariabel struktur pesan (X2) menunjukkan bahwa struktur pesan konten Instagram Reels “Imagine a Life with Sophia Latjuba” memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand image* Hotto dengan nilai $t_{hitung} 6.393 > t_{tabel} 1.967$ serta nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, hipotesis penelitian (H4) dapat diterima.

5.2 Implikasi

Adapun implikasi secara teoritis dan praktis yang peneliti temukan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dari temuan yang penting untuk dipertimbangkan. Adapun implikasi tersebut adalah sebagai berikut.

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini menguji teori komunikasi Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) dan hasilnya menunjukkan bahwa konten Instagram Reels *Imagine a Life with Sophia Latjuba* berpengaruh positif terhadap *brand image* Hotto. Artinya, penelitian ini memperkuat bahwa teori S-O-R dapat digunakan dalam penelitian atau kajian keilmuan komunikasi.
2. Penelitian ini memperkuat konsep teori pesan dari Kotler (2000) dengan menjadikan teori tersebut sebagai acuan dari pernyataan-pernyataan instrumen penelitian dalam mengukur isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan dalam suatu konten.
3. Penelitian ini memperkuat konsep teori *brand image* dari Keller (2013) dengan menjadikan teori tersebut sebagai acuan dari pernyataan-pernyataan instrumen penelitian dalam mengukur kekuatan, keunggulan, dan keunikasi suatu merek.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Dari temuan adanya pengaruh positif dari konten Instagram Reels terhadap *brand image*, maka dapat diartikan bahwa para pelaku bisnis dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk

membangun *brand image* yang positif dengan membuat konten Instagram Reels yang berkualitas.

2. Temuan penelitian ini telah memvalidasi bahwa konten Instagram Reels *Imagine a Life with Sophia Latjuba* memang meningkatkan *brand image* yang positif pada Hotto.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penjabaran kesimpulan dan implikasi dari penelitian di atas, peneliti memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Rekomendasi berikut dapat dijadikan pertimbangan untuk diterapkan pada masa mendatang. Rekomendasi tersebut dapat dilihat di bawah ini.

1. Brand Hotto

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti memberikan rekomendasi kepada *brand* Hotto untuk lebih perhatian dalam menjaga *brand image* perusahaannya dan memahami bahwa *brand image* memiliki peran yang sangat penting untuk keberlanjutan dan kesuksesan suatu perusahaan dalam lingkungan bisnis. Dalam arti lain, jika *brand image* diabaikan atau tidak dipelihara dengan baik, maka akan berdampak pada nasib gulung tikar suatu bisnis karena kehilangan kepercayaan dari para konsumen.

2. Akun Instagram @secangkir.hotto

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti memberikan rekomendasi kepada akun Instagram @secangkir.hotto untuk konsisten dalam membuat konten Instagram Reels seperti konten *Imagine a Life with Sophia Latjuba* yang dapat meningkatkan *brand image*. Akun @secangkir.hotto juga dapat terus memanfaatkan media sosial Instagram dan fitur Reels untuk meningkatkan *brand image*. Selain itu, akun Instagram @secangkir.hotto perlu untuk eksplorasi terkait konten Reels agar dapat terus berinovasi dengan jauh lebih baik di masa yang akan datang.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan kelemahan yang ada. Oleh karena itu, peneliti memberikan rekomendasi kepada akademisi atau peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian atau penelitian mengenai topik yang serupa dan menggunakan teori yang sama.