

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan dan penjelasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik dua kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Lebih lanjut, dalam memahami motif dalam menjalankan profesi sebagai seorang *influencer* bidang gaya hidup di Instagram terbagi menjadi dua tema. Apa motif dalam dirinya menjadi *influencer* bidang gaya hidup, dan motif menjadi *influencer* di media Instagram. Dalam hal ini latarbelakang dapat mempengaruhi konteks dan pola komunikasinya. Pada subjek pertama, dirinya merasa tidak ada bidang tertentu yang bisa ditonjolkan. Berbeda dengan subjek kedua yang melihat peluang pasar dan penawaran dari *brand* lebih luas. Sedangkan subjek ketiga lebih kepada menyerahkan sepenuhnya keputusan audiens dan *brand* melihatnya sebagai *influencer* di bidang apa. Ketiga informan tersebut menguraikan motifnya menjadi *influencer* bidang gaya hidup beragam. Apabila disimpulkan, ketiga subjek ingin menjadi terkenal dengan cara aman yaitu bidang gaya hidup yang merupakan bisnis tanpa modal (*easy money*) sehingga tidak takut gagal. Selain bidang gaya hidup, pemilihan media dalam menjalani profesi *influencer* juga penting. Subjek pertama dan ketiga kompak menyebutkan alasannya karena memulai di waktu yang tepat sehingga dari Instagram sendiri sudah mendapatkan banyak penawaran, jadi subjek cenderung nyaman. Sedangkan subjek kedua menjelaskan motifnya karena media Instagram cukup mudah diakses dan terbukti banyak digunakan *influencer* lain sebagai media promosi karena audiensnya bisa dari berbagai kalangan. Hasil analisis struktural penelitian ini menjelaskan bahwa ketiga *influencer* bukan berasal dari orang berada atau kaya dan berpendidikan sehingga

motif awal ini memicu motif konsekuen berupa ekonomi karena melihat *influencer* lainnya menjadi kaya setelah sukses membangun profesi ini. Juga muncul motif yang akan datang yakni profesi ini dimanfaatkan sebagai alat untuk mendorong bisnisnya kedepan.

- b. Seorang *influencer* memberikan pemaknaan terhadap pengalamannya berprofesi sebagai *influencer* yang secara spesifik berada di bidang gaya hidup pada media Instagram yang menjawab tiga tema. Dimulai dari pemahaman mengenai profesi *influencer* dipandang sebagai sesuatu yang mengikat pada transaksi dengan Brand terlepas dari apapun motifnya. Hal ini disetujui juga sesuai dengan pemaknaan dari ketiga informan yang memahami profesi *influencer* sebagai jembatan promosi yang memiliki pengaruh.

Setelah itu perlu juga dilihat pengalaman diri setiap informan sebagai *influencer* bidang gaya hidup. Dalam memahami hal tersebut, ada kesamaan yang menunjukkan bidang gaya hidup membuka peluang bagi banyak Brand masuk karena ranahnya luas walaupun ada banyak pesaing. Kemudian dilihat juga berdasarkan pengalaman sebagai *influencer* di media Instagram. Ketiga informan kompak menyebutkan kunci dari menjalani profesi ini adalah harus rajin dan konsisten dalam membagikan konten.

5.2 Saran

Dengan hasil penelitian yang ada, terdapat beberapa saran akademis dan praktis sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademik

Dalam kemajuan zaman di era digital ini, perkembangan fenomena profesi *influencer* semakin menarik perhatian publik. Untuk itu perlu dikaji lebih banyak lagi penelitian berbasis profesi *influencer* dan keterbaruannya dalam Bahasa Indonesia. Penelitian semacam ini bisa juga dilakukan pengembangan tema-tema dari sudut pandang yang beragam agar dapat merepresentasikan fenomena yang

beragam juga perlu dikembangkan lebih banyak literasi tentang profesi ini lebih dalam lagi untuk mereka yang ingin memulai.

5.2.2 Saran Praktis

Seorang *influencer* yang baik tidak hanya mengutamakan motif ekonomi saja namun juga perlu menyajikan informasi yang faktual berdasarkan pengalaman pribadi untuk dapat mempengaruhi audiens. Mereka yang menjalani profesi serupa dapat belajar melalui pengalaman subjek penelitian ini untuk tetap menjadi diri sendiri agar dapat menjalani profesi ini dengan nyaman karena audiens sendiri yang menilai potensi yang ada dalam diri seorang *influencer*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA