

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap keterlibatan khalayak pada media sosial dan seberapa besar pengaruh konten Instagram terhadap keterlibatan khalayak pada media sosial. Penelitian ini dilakukan pada 233 responden yang merupakan *followers* Instagram @fitwithrealfoodid dan pernah melihat konten Instagram @fitwithrealfoodid. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa konten Instagram yang mencakup dimensi *Informational, Credibility, Emotion, Association, Lifestyle, Incentive, dan Interactive* berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan khalayak pada media sosial Instagram @fitwithrealfoodid yang mencakup *Entertainment, Pastime, Stimulation Identification, Social Interaction, Empowerment, dan Practical Use*.
2. Konten Instagram memberikan kontribusi pengaruh sebesar 14,5% terhadap keterlibatan khalayak pada media sosial dan 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal Fit With Realfood bisa membuat konten-konten yang lebih meningkatkan keterlibatan khalayak pada akun media sosialnya dengan cara perbanyak konten interaktif seperti mengadakan *giveaway*, membuat polling melalui *Insta Story*, ataupun membuat question box untuk menanyakan ketertarikan dari khalayak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, terdapat beberapa saran akademis dan saran praktis yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik dari penelitian sebelumnya.

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang diberikan, yaitu penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda, seperti metode kualitatif dengan melihat perspektif dari perusahaan Realfood khususnya produk Fit With Realfood untuk mengetahui strategi yang digunakan perusahaan untuk membuat konten-konten yang menarik dan kreatif sehingga tercipta keterlibatan *followers* dalam unggahan Instagram @fitwithrealfoodid. Kemudian penelitian selanjutnya dapat menemukan 85,5% faktor lainnya yang memengaruhi keterlibatan khalayak pada media sosial, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih kuat dan detail.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis yang diberikan kepada Realfood terutama untuk konten Instagram @fitwithrealfoodid.

1. Meningkatkan kredibilitas konten Instagram agar tetap terdapat karakter *brand* untuk meningkatkan keyakinan khalayak terhadap sebuah merek
2. Memberikan konten dengan informasi yang berdasarkan fakta mengenai keunggulan-keunggulan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap Realfood
3. Konten yang dibuat harus menyesuaikan dengan *lifestyle* dari khalayak, agar khalayak merasa tertarik terhadap konten tersebut. Salah satunya dengan cara membuat *polling* di Instagram *Story* mengenai hal yang sedang tren saat ini.
4. Meningkatkan kegiatan yang memiliki hubungan antara merek dan konsumen untuk menggerakkan perasaan khalayak dengan cara

memperbanyak konten ajakan untuk menolong dan berbagi terhadap sesama.

5. Membuat konten interaktif seperti membuat *giveaway* agar khalayak mau terlibat dengan kegiatan pada akun tersebut dengan memberikan komentar, *tag* ke teman, dan *share* momen tersebut di media sosialnya
6. Meningkatkan konten yang mengedepankan asosiasi antara merek dengan khalayak yang dapat menimbulkan rasa kedekatan bagi keduanya, dengan cara di setiap konten menggunakan hastag yang menarik dan terus diingat oleh khalayak.

Se @fitwithrealfoodid dapat memaksimalkan penggunaan media sosial khususnya konten Instagram yang bisa mempengaruhi ketertarikan khalayak agar *followers* Instagram @fitwithrealfoodid mau melibatkan diri pada unggahan Instagramnya dan lebih mudah untuk diterima, karena setiap pesan yang disampaikan memiliki keterkaitan dengan pengalaman khalayak.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA