

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai penelitian yang berjudul “Peran Anggota Komunitas Konsumen di Media Sosial dalam Keterlibatan Konsumen pada Akun Instagram @Somethinctown”, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang merangkum hasil temuan yang telah peneliti dapatkan. Kesimpulan ini dibuat bertujuan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dari penelitian ini.

Penelitian ini menghasilkan bahwa anggota komunitas konsumen Somethinc Town memiliki peran yang cenderung aktif dan penting di Instagram, misalnya dalam membuat konten yang diunggah di media sosial Instagram (Instagram *story*, *reels*, atau *feed*) dihargai kembali oleh komunitas konsumen Somethinc Town dengan diberikan lagi produk Somethinc atau pengalaman eksklusif lain, sesuai dengan keaktifan masing-masing anggota. Peran pengelola Somethinc Town yang paling utama adalah membangun hubungan baik dengan anggota melalui komunikasi, interaksi, dan keterlibatan konsumen di Instagram melalui konten-konten yang diunggah di Instagram.

Peneliti juga menemukan hasil bahwa media sosial Instagram memiliki peran penting dalam hubungan anggota dan pengelola komunitas konsumen Somethinc Town, karena berpengaruh terhadap *feedback* yang diberikan anggota Somethinc Town atau audiens lain. Komunikasi menjadi faktor pendukung dan jarak menjadi faktor penghambat dalam hubungan anggota dengan pengelola komunitas konsumen Somethinc Town.

Aktivitas di Somethinc Town menciptakan peran anggota komunitas dan pengelola Somethinc Town yang saling berkaitan dan dapat menciptakan keuntungan yaitu menimbulkan keterlibatan konsumen Somethinc. Proses tersebut juga berkaitan dengan teori pertukaran sosial yang memiliki unsur utama, yaitu imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*), dan keuntungan (*profit*).

V.2 Saran

Peneliti telah mendapatkan hasil penelitian serta telah membuat kesimpulan mengenai penelitian yang berjudul “Peran Anggota Komunitas Konsumen di Media Sosial dalam Mempertahankan Keterlibatan Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @Somethinctown)”. Dengan demikian, peneliti memberikan saran sebagai bentuk harapan perkembangan dari sisi akademik, dunia praktis yang berkaitan dengan bidang tema penelitian ini, serta untuk pembaca lain.

Penelitian ini sebagian besar menghasilkan respon yang positif dari informan yang merupakan anggota komunitas konsumen Somethinc Town terhadap program kegiatan dan pengelola komunitas konsumen Somethinc Town, namun diharapkan perusahaan merek Somethinc tetap melakukan perbaikan untuk kedepannya. Somethinc Town dapat mengkaji saran dari informan yang disampaikan pada penelitian ini mengenai unggahan di media sosial Instagram @Somethinctown, seperti tidak perlu terlalu sering namun lebih diperbanyak konten kolaborasi dengan anggota komunitas konsumen Somethinc Town, serta program kegiatan yang lebih diperbanyak secara *offline* di berbagai daerah.

Hal positif dari komunitas konsumen Somethinc Town pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dan contoh bagi komunitas konsumen dari perusahaan merek lain supaya bisa membangun hubungan dan keterlibatan konsumennya lebih baik lagi, misalnya dari segi komunikasi dan interaksi secara *online* maupun *offline*.

Penggunaan media sosial saat ini semakin variatif, salah satunya dalam upaya keterlibatan konsumen melalui komunitas konsumen di media sosial. Penelitian mengenai keterlibatan konsumen atau komunitas konsumen akan lebih baik jika dikembangkan dari sisi lain sehingga dapat melengkapi penelitian ini atau penelitian sebelumnya.

Perkembangan yang bisa dilakukan misalnya dengan meneliti topik keterlibatan konsumen atau komunitas konsumen menggunakan metode kuantitatif supaya hasil penelitian lebih terstruktur, atau meneliti pengaruh komunitas konsumen terhadap aktivitas lain. Penelitian mengenai komunitas konsumen yang berbasis di media sosial juga bisa menghasilkan kajian yang lebih variatif dengan menggunakan pendekatan netnografi.