

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini yaitu seberapa besar terpaan media di Instagram terhadap *brand image* pada *followers* akun Instagram @menantea.toko. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar terpaan media di Instagram terhadap *brand image* pada *followers* akun Instagram @menantea.toko. Peneliti telah melakukan analisis kepada 100 responden sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan media melalui konten yang diunggah di akun Instagram @menantea.toko terhadap *brand image*. Hal ini berarti hipotesis pada penelitian ini, yaitu H1 dapat diterima. Hasil perhitungan diketahui bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,615. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara Pengaruh Terpaan Media Di Instagram (variabel X) terhadap *Brand Image* Pada *Followers* Akun Instagram @menantea.toko (variabel Y). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R Square) diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 37,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Terpaan Media Di Instagram (variabel X) terhadap *Brand Image* Akun Instagram @menantea.toko (variabel Y) sebesar 37,8% dan 62,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Nilai *brand image* akan bertambah sebesar 0,562 dalam setiap penambahan 1% nilai variabel Terpaan Media Di Akun Instagram @menantea.toko. Dengan bentuk persamaan regresinya, yaitu $Y = 40,515 + 0,562X$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Terpaan Media (variabel X) berpengaruh terhadap Brand Image (variabel Y) dan memiliki arah yang positif. Terpaan media melalui akun Instagram @menantea.toko dapat dikatakan berhasil sebab terpaan media yang diunggah oleh akun @menantea.toko sampai kepada para pengikut atau audiensnya. Terpaan media pun memberikan pengaruh yang meliputi frekuensi, durasi dan atensi. Keberhasilan ini menghasilkan

respon terhadap *brand image* Menantea di kalangan para *followers* akun Instagram @menantea.toko yang meliputi *strength*, *favorability* dan *uniqueness*.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang telah diuraikan di bab sebelumnya. Pada bab ini peneliti akan menguraikan dan memberikan saran terkait dengan hasil penelitian dengan judul “Terpaan Media Di Instagram Terhadap *Brand Image* Pada *Followers* Akun Instagram @Menantea.Toko”. Berikut saran dari peneliti yang terbagi ke dalam dua bagian, yaitu saran akademis dan praktis.

5.2.1 Saran Praktis

Saran secara praktis dari peneliti untuk pemangku kepentingan, yaitu pada variabel terpaan media (variabel X) terdapat pernyataan “Dalam satu waktu, saya menghabiskan rata-rata lebih dari 10 menit untuk melihat atau menonton konten yang diunggah @menantea.toko baik melalui Instastory ataupun Feeds” dengan hasil total jawaban responden didominasi tidak setuju dan sangat tidak setuju. Perusahaan perlu untuk memperhatikan durasi konten yang akan diunggah baik melalui Feeds, Instagram Story maupun Reels agar tidak lebih dari 10 menit. Hal ini memiliki arti bahwa *followers* akun Instagram @menantea.toko mudah jenuh dengan konten yang berdurasi lebih dari 10 menit dan mereka akan melewatkan atau *skip* konten tersebut. Diketahui juga bahwa pada fitur Instagram Story akun @menantea.toko kerap banyak mengunggah konten yang akhirnya terakumulasi menjadi konten yang penuh atau banyak dan membuat audiens jadi melewatkan konten-konten tersebut. Hal ini mungkin bisa diatasi dengan lebih membatasi konten yang akan diunggah pada fitur Instagram Story.

Kemudian saran untuk masyarakat ataupun pelaku usaha yang ingin membangun bisnisnya lebih dekat dengan target audiens dapat melakukan cara-cara seperti yang dilakukan oleh akun Instagram Menantea. Para pelaku usaha dapat membangun *environment* yang dekat dengan audiens melalui media sosial Instagram. Kemudian pelaku usaha dapat mulai untuk membuat konten-konten yang menarik terkait produk usaha dengan diselipkan juga konten-konten menghibur seperti *games*, meme atau hal yang sedang tren dan juga dapat

melakukan kegiatan seperti kuis dan *giveaway*. Tidak lupa untuk mengunggah konten yang menawarkan promo-promo dari produk tersebut. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram dengan maksimal diharapkan hal ini dapat membantu masyarakat ataupun pelaku usaha menjadi lebih dekat dengan audiens dan akhirnya menghasilkan *brand image* yang positif terhadap usaha tersebut.

5.2.2 Saran Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini secara akademis dapat memberikan tambahan pemahaman untuk peneliti lain yang ingin meneliti terkait terpaan media terutama media sosial Instagram. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai faktor lain apa saja yang dapat memengaruhi *brand image* Menantea. Diharapkan juga pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode atau variabel penelitian yang berbeda sehingga dapat diketahui faktor lain yang dapat memengaruhi *brand image* Menantea.