

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *Analisis Konten Instagram @aanmdm\_muffler Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi*, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sumber Informasi Akun Instagram @aanmdm\_muffler dimanfaatkan secara optimal sebagai platform penyebaran informasi mengenai produk MDM Muffler. Berbagai fitur Instagram seperti *feed post, stories, reels*, dan *IG Live* digunakan untuk menyampaikan informasi yang menarik dan interaktif kepada audiens.
2. Jenis Konten yang Disajikan Konten yang diunggah di akun ini mencakup berbagai kategori, antara lain:
  - a. Edukasi Produk: Menyajikan informasi mengenai spesifikasi, keunggulan, dan cara kerja knalpot MDM Muffler.
  - b. Testimoni dan Review Pelanggan: Berisi pengalaman pelanggan dalam menggunakan produk MDM Muffler.
  - c. Konten Hiburan dan Interaktif: Seperti sesi tanya jawab, polling, dan video dengan penyampaian yang santai.
  - d. Promosi dan Penawaran Khusus: Informasi terkait diskon, giveaway, dan produk terbaru.
3. Interaksi dengan Audiens Akun Instagram @aanmdm\_muffler memiliki tingkat *engagement* yang tinggi melalui interaksi dengan audiens. Hal ini terlihat dari jumlah komentar, likes, views, serta sesi interaktif yang dilakukan melalui fitur *Stories* dan *Live*. Interaksi yang aktif ini membantu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens terhadap produk yang dipasarkan.
4. Efektivitas dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Berdasarkan wawancara dengan audiens, ditemukan bahwa:

- a. 80% responden menyatakan bahwa konten edukasi sangat membantu dalam memahami spesifikasi produk.
- b. 70% audiens mengaku mengambil keputusan pembelian setelah melihat review dan testimoni dari akun tersebut.
- c. Konten video dinilai lebih efektif dibandingkan hanya gambar atau teks, karena lebih mudah dipahami dan menarik bagi audiens.

#### 5. Tantangan dalam Penyampaian Informasi

Beberapa kendala yang dihadapi dalam penyampaian informasi melalui akun Instagram ini antara lain:

- a. Keterbatasan dalam menjelaskan detail teknis knalpot melalui caption yang terbatas.
- b. Tantangan dalam menjaga interaksi yang konsisten dengan audiens agar tetap aktif dan terlibat dengan konten yang disajikan.

#### 6. Pengembangan Konten di Masa Depan

Untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, akun @aanmdm\_muffler berencana untuk:

- a. Meningkatkan jumlah konten video edukasi, seperti tutorial pemasangan knalpot dan penjelasan teknologi produk.
- b. Memanfaatkan lebih banyak sesi *Live* untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan menjawab pertanyaan secara real-time.
- c. Meningkatkan kualitas produksi konten visual agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram sebagai media sosial memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi audiens, terutama dalam dunia otomotif dan pemasaran produk berbasis komunitas. Penggunaan strategi konten yang tepat dapat meningkatkan interaksi dan kepercayaan audiens terhadap produk yang dipasarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, J. A. (2017). *Media Sosial: Pengaruh dan Dampaknya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ainun, J. A. (2018). *Efek Internet dalam Kehidupan Sehari-hari*. Jakarta: PT Gramedia.
- Bustos, P., Caprettini, B., & Ponticelli, J. (2016). *Agricultural Productivity and Structural Transformation: Evidence from Brazil*. *American Economic Review*, 106(6), 1320-1365.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Darestuti, N. (2022). *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. Diakses pada 10 Februari 2025, dari <https://www.darestuti.com/sejarah-instagram>
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). *Who Are the Social Media Influencers? A Study of Public Perceptions of Personality*. *Public Relations Review*, 37(1), 90-92.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and Gratifications Research*. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kartini, J., Juwita, Nisyah, & Nurhasanah. (2022). *Instagram sebagai Gaya Hidup Baru di Kalangan Anak Muda*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt, Austria: Social Science Open Access Repository.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London: Kogan Page Publishers.

Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.



**LAMPIRAN**  
**PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA**

1. Sejak kapan akun Instagram @aanmdm\_muffler mulai aktif dan apa tujuan utamanya?
2. Bagaimana strategi konten yang digunakan dalam menyajikan informasi kepada audiens?
3. Jenis informasi apa saja yang paling sering dibagikan di akun ini?
4. Bagaimana cara menentukan jenis konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens?
5. Bagaimana respons audiens terhadap konten yang disajikan?
6. Apakah informasi yang disajikan cukup untuk membantu audiens dalam membuat keputusan pembelian?
7. Bagaimana peran visual (foto dan video) dalam meningkatkan pemahaman audiens?
8. Bagaimana cara akun ini berinteraksi dengan pengikut untuk memastikan mereka mendapatkan informasi yang dibutuhkan?
9. Apakah ada kendala dalam menyampaikan informasi kepada audiens?
10. Bagaimana cara akun ini mengevaluasi efektivitas kontennya dalam memenuhi kebutuhan informasi audiens?
11. Apakah ada rencana pengembangan konten agar lebih informatif di masa mendatang?

Transkrip Wawancara dengan Aan MDM (*Influencer & Owner*) Pada Tanggal 14 Desember 2024

**Pewawancara (P):** Halo! Makasih ya udah mau luangin waktu buat ngobrol-  
ngobrol hari ini. Bisa ceritain sedikit, sejak kapan sih akun Instagram  
@aanmdm\_muffler mulai aktif dan tujuannya apa?

**Narasumber (N):** Halo! Iya, sama-sama. Akun ini udah aktif sejak 2018,  
tujuannya sih buat sharing info tentang knalpot, kasih edukasi soal otomotif, dan  
pastinya biar lebih dekat sama pelanggan serta komunitas pecinta motor.

**P:** Wah, keren! Kalau dari segi konten, gimana sih cara kalian menyajikan  
informasi buat pengikut?

**N:** Kita pakai foto, video, dan caption yang jelas dan gampang dipahami. Selain  
itu, kita juga sering posting testimoni pelanggan, video pemasangan, dan bikin sesi  
tanya jawab di Instagram Story biar lebih seru dan interaktif.

**P:** Biasanya konten yang sering diunggah itu apa aja?

**N:** Macem-macem sih, tapi paling sering kita bagiin info soal spesifikasi  
knalpot, keunggulan produk, cara pemasangan, tips perawatan, promo, sama  
testimoni dari pelanggan yang udah pakai.

**P:** Gimana cara nentuin konten yang paling pas buat pengikut?

**N:** Kita lihat dari respons mereka, misalnya dari jumlah like, komentar, dan  
DM yang masuk. Terus kita juga suka bikin polling atau sesi Q&A di Story biar  
tahu mereka lebih butuh info soal apa.

**P:** Respons pengikut biasanya gimana?

**N:** Kebanyakan sih positif! Apalagi kalau kita posting video suara knalpot,  
perbandingan sebelum-sesudah, atau info promo. Banyak juga yang langsung DM  
buat nanya harga dan spesifikasi produk.

**P:** Menurut kamu, info yang dibagikan di akun ini cukup bantu orang buat beli  
knalpot nggak?

**N:** Iya banget! Banyak yang bilang mereka jadi lebih yakin beli setelah lihat review, testimoni, dan video pemasangan. Jadi nggak ragu lagi buat order.

**P:** Seberapa penting sih peran foto dan video dalam nyampein informasi ke pengikut?

**N:** Penting banget! Karena dari foto dan video, mereka bisa lihat langsung bentuk, suara, dan cara kerja knalpotnya. Video lebih efektif sih, karena bisa jelasin lebih detail daripada cuma teks aja.

**P:** Gimana cara kalian berinteraksi sama pengikut biar mereka tetap update info yang mereka butuhin?

**N:** Kita selalu coba balas komentar dan DM secepat mungkin. Terus kita juga sering bikin sesi Q&A di Story dan simpan info penting di highlight biar gampang diakses kapan aja.

**P:** Ada kendala nggak sih dalam nyampein informasi ke pengikut?

**N:** Ada, kadang susah ngejelasin detail teknis knalpot di caption yang terbatas. Makanya sekarang kita lebih banyak pakai video atau Story yang lebih interaktif biar lebih gampang dipahami.

**P:** Gimana cara kalian ngecek apakah konten yang dibuat udah efektif atau belum?

**N:** Kita pakai fitur Insight di Instagram buat lihat jumlah like, komentar, share, dan klik ke link pembelian. Dari situ, kita bisa tahu konten mana yang paling menarik dan berguna buat pengikut.

**P:** Ada rencana buat bikin konten yang lebih informatif ke depannya?

**N:** Pastinya! Kita mau bikin lebih banyak video edukasi, kayak tutorial pemasangan atau penjelasan teknologi knalpot. Terus, kita juga mau lebih sering live biar bisa langsung jawab pertanyaan dari pengikut.

**P:** Wah, bagus tuh! Semoga akun @aanmdm\_muffler makin berkembang dan terus kasih info yang bermanfaat buat pengikutnya. Makasih banyak udah mau sharing!

**N:** Sama-sama! Semoga ngobrol-ngobrol ini bisa bermanfaat juga ya.



## Lampiran

### Lembar Kesediaan Wawancara Informan

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, informan penelitian  
“Analisis Konten Instagram @aanmdm\_muffler Dalam  
Memenuhi Kebutuhan Informasi”

Nama : Aan

Alamat : Jl. Pahlawan No.45 Rt.01 Rw.03  
Gunung Sindur, Bogor, Jawa Barat

Pekerjaan : Owner MDM Muffler

Dengan ini menyatakan bersedia untuk diwawancara selama proses penelitian hingga selesai, tanpa ada syarat-syarat tertentu yang memberatkan, baik dari saya sebagai pihak yang diwawancara maupun dari pihak peneliti yang mewawancara. Saya bersedia diwawancara atas dasar keikhlasan untuk membantu peneliti di dalam menyelesaikan studinya di Universitas Buddhi Dharma.

Demikian lembar kesediaan ini saya isi dan tanda tangani untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Yang menyatakan

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom

Aan MDM (MDM Muffler)

## BIODATA

Nama: Maikel

Tempat, Tanggal Lahir: Bogor, 18 Januari 2001

Warga Negara: Indonesia

Agama: Buddha



Jenis Kelamin : Laki-Laki

Status : Belum Menikah

Alamat: Jl. Pahlawan No.45 Rt. 01 Rw. 03 Gunung Sindur, Bogor,

Jawa Barat

Email: [kyonuzumaki1@gmail.com](mailto:kyonuzumaki1@gmail.com)

IPK Terakhir : 3.54

### I. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SDN 02 Gunung Sindur
- SMPN 01 Gunung Sindur
- SMA Setia Bhakti
- Universitas Buddhi Dharma (2021-Sekarang)

### II. PENGALAMAN BEKERJA

- Admin PT.Guhdo Springbed
- Admin Sosial Media



# UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

*Kreativitas Membangkitkan Inovasi*

March 10th, 2025

### Editor Explanation:

Dear Maikel,  
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20200400067
Faculty/Study Program	:	Social Sciences and Humanities/Communication Science
Title	:	Analisis Konten Instagram @Aanmdm_murffler dalam memenuhi Kebutuhan Informasi
Type	:	Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	:	6476
Character Count	:	43488
<b>Similarity Index</b>	:	22%
Internet Source	:	21%
Publication	:	7%
Student Paper	:	9%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

**Shenny Ayunuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.**  
Faculty of Social Sciences and Humanities  
Buddhi Dharma University (UBD)



## KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

M :20200400067  
ama Mahasiswa :MAIKEL  
kultas :Sosial dan Humaniora  
ogram Studi :Ilmu Komunikasi  
jang :Strata Satu  
un Akademik/Semester :2024/2025 Genap  
sen Pembimbing :Lilie Suratminto, MA.  
ul Skripsi :Pola Komunikasi Konten Media Sosial (Studi Kasus Influencer Aan  
MDM Dalam Mengulas Produk MDM Muffler)

Tanggal	Catatan	Paraf
4-11-03	Pengesahan Judul	
4-11-08	Latar Belakang	
4-12-03	Bab I	
4-12-04	Bab II	
4-12-13	Bab III	
4-12-29	Bab III	
5-01-12	Bab IV	
5-01-19	Bab IV dan V	
5-02-02	Bab V	

ngatuhui  
ua Program Studi



Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 10 March 2025

Pembimbing



Lilie Suratminto, MA.