



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dianalisis bahwa media baru atau *new media* bisa dibidang sangat efektif bagi masyarakat luar. Hal tersebut bisa dikatakan karena *new media* dapat dengan mudah menyempurnakan media-media yang terdahulu pada kasus ini yaitu Instagram. Masyarakat lebih memilih Instagram sebagai *new media* yang digunakan-nya dalam mencari informasi, hiburan, atau sekedar berinteraksi dengan orang lain karena Instagram dinilai lebih *simple, mobile,* dan lebih personal. Selain itu Instagram lebih dipilih dibandingkan dengan media sosial lainnya karena Instagram itu sendiri sedang tren di kalangan masyarakat khususnya bagi anak muda.

Dari penelitian ini dikatakan media sosial Instagram sangat bermanfaat bagi masyarakat dengan berbagai fasilitas yang ada pada media sosial tersebut yang memudahkan kita untuk mencari, berbagi informasi antar sesama pengguna, atau pun berinteraksi dengan satu dan orang lain-nya (*chatting*). Salah satu informasi-nya adalah informasi mengenai kuliner.

Informasi yang diberikan oleh salah satu akun Instagram yang bernama @jktfoodbang membuat masyarakat khususnya para *followers* dapat dengan mudah mencari mengenai informasi kuliner yang ada di Jakarta. Akun tersebut memberikan tiga efek komunikasi massa kepada para *followersnya* yaitu efek kognitif, afektif, dan behavioral.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Efek kognitif berdampak ketika *followers* akun tersebut dapat menerima pesan atau informasi yang diberikan oleh akun tersebut mengenai kuliner yang ada di Jakarta sehingga menimbulkan efek kedua yaitu efek afektif. Dimana pada efek afektif ini mempengaruhi perasaan seseorang. Efek yang diberikan kepada *followersnya* ketika melihat postingan dari akun tersebut adalah menjadi tertarik dengan makanan tersebut atau merasa lapar. Setelah itu timbul efek ketiga yaitu efek behavioral atau perilaku. Efek behavioral ini mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, pada kasus ini akun tersebut mempengaruhi *followers* tersebut apakah menjadi tertarik untuk mengunjungi restoran tersebut untuk mencoba makanan yang ada atau tidak.

Dari keseluruhan hasil wawancara pada ke-tujuh wawancara tidak menimbulkan perbedaan yang signifikan antara satu orang dengan orang lainnya. Pada hasil penelitian ini dikatakan bahwa hampir semua *followersnya* merasa tertarik dengan foto makanan yang di unggah oleh akun @jktfoodbang karena foto yang ditampilkan bagus dari segi pengambilan gambar

## B. Saran

Dari penelitian yang peneliti sudah lakukan, maka penulis memberikan sebuah saran bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran tersebut yang pertama adalah saran akademis. Penelitian ini dapat berguna bagi penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai studi virtual etnografi akun Instagram wisata kuliner di Jakarta dengan masalah lain ataupun subjek yang berbeda.

Kedua adalah saran praktis. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pemilik akun @jktfoodbang agar dapat memperbaiki isi tampilan yang bagi sebagian orang masih kurang menarik di dalam akun Instagram tersebut agar lebih menarik, bermanfaat, dan lebih baik lagi. Selain itu agar pemilik akun @jktfoodbang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dapat merambah ke berbagai media sosial lain, khususnya media lain nya yang sedang trend di kalangan masyarakat atau anak muda seperti Youtube.

**Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.