

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian pada akun *Instagram* @ntsana pada unggahan karya dengan interaksi mendukung promosi peneliti merangkum simpulan bahwa Tsana sebagai seorang novelis yang memanfaatkan *Instagram* pribadi miliknya sebagai media berbagi tentang karya-karya miliknya. Terlihat pada *Instagram* pribadi milik Tsana terdapat banyak interaksi antara Tsana dengan *followers*-nya yaitu interaksi fitur kolom komentar pada unggahan feed dan fitur *reply* pada unggahan *story* yang bersifat reaksi dan respon dari unggahan karya, serta terjadi interaksi pada fitur *repost story* yang merupakan hasil dari unggahan *story followers* Tsana.

Dalam penelitian ini bahwa peneliti menemukan 4 Tema yang terhubung dalam interaksi mendukung promosi yaitu Unggahan persuasif, Keterlibatan audiens, *Caption* menarik interaksi, dan Unggahan *Relate*. Tema yang berkaitan merupakan wujud dari bentuk pesan promosi yaitu menginformasikan (*to inform*) dan mengingatkan terkait unggahan karya dalam unggahan *Instagram* @ntsana. Bahwa promosi tersebut dapat didukung melalui interaksi, yang menurut Evans dan Berman (1992) pesan promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan tentang produk tersebut. Di mana pada unggahan karya Tsana terlihat dalam tema-tema tersebut terdapat kategori pesan promosi menginformasikan dan mengingatkan tentang karya Tsana.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keterhubungan pada tema-tema yang terdapat melalui analisis peneliti menjadi faktor pendukung adanya interaksi mendukung promosi antara Tsana dengan *followers*-nya, di mana dengan awal mula terjadinya mendukung promosi tersebut adalah unggahan karya yang kemudian terdapat reaksi komentar pada unggahan karya, serta pesan promosi yang terdapat pada unggahan karya tersebut. Tema-tema pada unggahan karya tersebut menjadi suatu elemen yang terdapat pada interaksi promosi yang dilakukan oleh Tsana dan

followers-nya, sebagaimana Tsana memperkenalkan karyanya pada unggahan di *Instagram*-nya.

5.2 Saran

1. Bagi seorang penulis, agar terus mempertahankan tema yang muncul pada hasil dan pembahasan yaitu keterlibatan audiens, di mana tema keterlibatan audiens merupakan suatu langkah dalam menjangkau audiens untuk mendukung promosi pada media sosial *Instagram* seorang penulis @ntsana.
2. Bagi penelitian, bahwa penelitian ini menjadi bagian dari interaksi online mendukung promosi dengan dua kategori pesan promosi, untuk penelitian berikutnya penulis menyarankan untuk menganalisa kategori pesan promosi tambahan yaitu membujuk (*to persuade*) masih dalam konsep promosi menurut Evans dan Berman (1992) yang terjadi pada *Instagram* @ntsana.

