

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pada uji T yang menguji hubungan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, diketahui nilai T hitung pada kolom T sebesar 44.566 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 yang menandakan bahwa pengaruh antara kedua variabel bersifat nyata atau signifikan karena nilai signifikan lebih dari 0.05 kemudian nilai hitung  $> t$  tabel atau  $44.566 > 1.670$  menyatakan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima maka terdapat pengaruh antara promosi *content marketing* melalui media sosial dengan minat mengunjungi *website*. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi *content marketing* memiliki pengaruh yang signifikan atau nyata terhadap minat mengunjungi *website Lifestyle-Indonesia.com* pada PT Sinergi Indonesia Gemilang Jakarta Selatan.
- b. Hasil kesimpulan variabel Promosi Media Sosial adalah sebagai berikut.
  1. Dimensi Kejelasan Dalam Penyampaian Pesan mendapatkan nilai rata-rata 3,94 atau dapat dikategorikan **Baik**.
  2. Dimensi Tingkat Daya Tarik Pesan mendapatkan nilai rata-rata 3,78 atau dapat dikategorikan **Baik**.
  3. Dimensi Frekuensi Pesan mendapatkan nilai rata-rata 3,23 atau dapat dikategorikan **Cukup Baik**.
  4. Dimensi Frekuensi *Feedback* Pesan mendapatkan nilai rata-rata 3,00 atau dapat dikategorikan **Cukup Baik**.

- c. Hasil kesimpulan variabel Minat Mengunjungi *Website* adalah sebagai berikut.
1. Dimensi *Interest* mendapatkan nilai rata-rata 3,62 atau dapat dikategorikan **Baik**.
  2. Dimensi *Desire* mendapatkan nilai rata-rata 3,41 atau dapat dikategorikan **Baik**.
  3. Dimensi *Attention* mendapatkan nilai rata-rata 2,84 atau dapat dikategorikan **Cukup Baik**.

## 5.2 Saran

Agar Majalah Online Lifestyle-Indonesia.com pada PT Sinergi Indonesia Gemilang Jakarta Selatan dapat lebih meningkatkan minat pengunjung *website Lifestyle-Indonesia.com*, maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut.

1. Pada Dimensi Frekuensi *Feedback* Pesan yang telah menghasilkan nilai terendah diantara dimensi yang lain atau masuk ke dalam kategori **Cukup Baik**. Untuk itu, sebaiknya *Admin instagram* dapat memperhatikan dimensi tersebut dengan cara perlu meningkatkan interaksi dengan *followers* seperti selalu memberikan respon terhadap *postingan* yang *ditag* dan membalas *comment followers* dengan jangka waktu cepat, hal ini merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi antara *followers* dengan *Admin* agar kedua belah pihak merasa lebih dekat.
2. Pada Dimensi Frekuensi Pesan yang telah menghasilkan nilai **Cukup Baik** penulis memberi saran agar *Admin* lebih sering menyapa *followers* melalui *instastory* tidak hanya pada saat moment-moment tertentu saja dan *memposting* foto dengan mencari *content* yang terbaru agar pembaca menjadi lebih sering untuk mengunjungi *instagram* maupun *website Lifestyle-Indonesia.com*.
3. Pada Dimensi *Attention* yang telah menghasilkan nilai **Cukup Baik** penulis memberi saran untuk melakukan strategi lain melalui *instagram* dengan cara membuat *giveaway*, *game*, ataupun kuis, cara tersebut dapat menarik *followers* untuk mengunjungi *instagram @lifestyleindonesia*. karena banyak dari pembaca *website Lifestyle-Indonesia.com* yang belum *aware* dengan *postingan instagram @lifestyleindonesia*.
4. Akun *instagram @lifetyleindonesia* perlu meningkatkan aktivitas promosi sehingga konsumen atau pembaca bukan hanya memperhatikan informasi yang disampaikan mengenai *postingan* yang dirangkum dari *website Lifestyle-Indonesia.com* tetapi juga melakukan kunjungan ke *website* tersebut. *Postingan* dengan sasaran untuk individu secara lebih luas karena desain yang digunakan masih lebih untuk kategori remaja saja, sehingga sasaran *postingan* mengenai informasi artikel memiliki

beragam desain yang dibuat untuk menimbulkan keinginan untuk mengunjungi *Instagram* dan *website* sesuai sasaran yang lebih luas tidak untuk remaja saja.

5. Akun *instagram* @lifesyleindonesia harus mempertahankan kualitas gambar atau video yang *diposting* hal ini merupakan indikator paling besar dalam menarik perhatian responden dan meningkatkan gaya pesan dalam segi kesesuaian foto atau video dengan *caption* dan *hashtag*, bahasa *caption* yang mudah dimengerti dan persuasif. Sehingga *followers* semakin tertarik untuk membaca artikel dan semakin meningkatkan ketertarikan untuk selalu mengunjungi *website Lifestyle-Indonesia*.