

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @yogi_irfandi berhasil menjadi sumber informasi terkini tentang coffee shop di daerah Ciayumajakuning dan berhasil menjadi wadah dalam memebentuk interaksi bagi para pengguna media sosial instagram lainnya untuk berbagi perspektif, pengalaman, serta pendapat mereka mengenai informasi coffee yang berada di daerah Ciayumajakuning. Konten yang dibagikan sering digunakan oleh pengguna Instagram untuk mencari informasi dan berbagi pendapat mengenai coffee shop di wilayah tersebut. Melalui tahapan penelitian studi netnografi (interaksi, investigasi, imersi, dan integrasi) yang dikembangkan oleh Kozinets, peneliti menemukan budaya digital yang berkembang di kalangan pengguna Instagram. Beberapa budaya yang ditemukan antara lain:

1. Interaksi simbolik yang terjadi pada konten akun instagram @yogi_irfandi melalui caption pada setiap kontennya, proses ini menggambarkan prinsip utama interaski simbolik, yaitu bagaimana manusia memberi makna pada simbol berdasarkan pengalaman dan konteks sosial, serta bagaimana makna tersebut terus berkembang melalui interaksi antar pengguna lainnya.
2. Budaya partisipatif pada konten akun instagram @yogi_irfandi melalui kolom komentar disetiap unggahan konten instagram @yogi_irfandi, dimana pengguna lainnya ikut serta menyebarkan sebuah konten berupa informasi tentang coffee shop dengan cara me-mention komunitas akun instagram dan pengguna lainnya dalam kolom komentar konten instagram @yogi_irfandi, atau sekedar mengajak pengguna lainnya untuk melihat konten yang di unggah pada akun instagram @yogi_irfandi, Budaya partisipatif juga ditandai oleh adanya interaksi horizontal antar pengguna, bukan hanya antara pengguna dan pemilik akun. Dalam kolom komentar, kerap ditemukan pengguna yang saling membalas komentar satu sama lain, membentuk percakapan dua arah bahkan tanpa keterlibatan pemilik akun.

Hal ini merupakan bagian dari praktik budaya digital yang memperluas jangkauan konten dan memperkuat jejaring sosial, dan hal ini menjadi budaya di karenakan hampir seluruh kolom komentar konten yang di unggah pada akun instagram @yogi_irfandi menunjukkan bahwa pengikut akun instagram @yogi_irfandi melakukan hal tersebut.

3. Temuan penting penelitian yang ada pada akun instagram @yogi_irfandi sebagai media penyebaran tentang coffee shop dan wadah dalam membentuk interaksi terkait informasi coffee shop di daerah Ciayumajakuning yaitu terjadinya fenomena fear of missing out (FOMO) yang terjadi pada kolom komentar, faktor yang mengakibatkan adanya FOMO adalah kenaikan yang signifikan pada evolusi perilaku konsumen atau pengikut akun instagram @yogi_irfandi, terutama dalam konteks pemasaran melalui media sosial. FOMO mengacu pada rasa cemas sosial yang dialami oleh pengguna media sosial ketika mereka menyadari atau merasa bahwa teman-teman mereka sedang melakukan, merasakan, atau memiliki sesuatu yang memberikan kepuasan atau manfaat, sementara mereka sendiri tidak. Perasaan "ketinggalan" ini mendorong individu untuk lebih sering terlibat dengan media sosial, dengan tujuan tetap mendapatkan informasi dan terhubung dengan pengalaman orang lain. Fenomena FOMO yang muncul pada interaksi di akun @yogi_irfandi dapat dimaknai secara positif sebagai salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan komunitas digital yang aktif, responsif, dan saling terhubung melalui konten yang memiliki nilai sosial dan gaya hidup. Dalam perspektif netnografi, FOMO menjadi indikator penting dalam memahami motivasi pengguna media sosial yang tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi juga turut serta dalam membentuk budaya digital melalui keterlibatan sosial yang berkelanjutan.

B. Implikasi

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya melalui metode netnografi yang mampu menggambarkan interaksi dan budaya komunitas daring secara mendalam. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi praktis dalam strategi pemasaran digital, terutama bagi pelaku usaha coffee shop yang ingin meningkatkan visibilitas dan engagement melalui media sosial.

Implikasi praktis lainnya adalah pentingnya peran konten visual dan naratif dalam membentuk persepsi dan membangun branding di media sosial. Konten yang disajikan dengan estetika menarik dan informasi yang lengkap cenderung lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial harus dirancang dengan strategi komunikasi yang mempertimbangkan kebutuhan dan perilaku audiens.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola akun Instagram @yogi_irfandi, diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas konten yang informatif dan menarik, serta lebih memperhatikan interaksi dua arah dengan pengikut untuk memperkuat ikatan komunitas digital.
2. Bagi pelaku usaha coffee shop di daerah Ciayumajakuning, disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai media promosi dan branding, serta menjalin kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki pengaruh kuat dalam komunitas daring.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menggunakan pendekatan netnografi di platform media sosial lainnya seperti TikTok atau YouTube, agar memperoleh perspektif yang

lebih beragam dalam memahami pola penyebaran informasi dan budaya digital.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, serta mendorong pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan perilaku pengguna media sosial.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON