

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab rumusan masalah yang umum dan dimaksudkan untuk mendeskripsikan dari penggambaran team konten UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada akun *Instagram* @ukmindonesiaid Indonesia periode, Agustus 2023 – Agustus 2024. Dengan diuraikan lebih lanjut dengan kuantitas penyajian selama periode penelitian, lalu penyajian pada tema – tema unggahan mengenai UMKM dimanah menjelaskan berbagai jenis tema yang ditemukan oleh peneliti, kemudian ada jenis fungsi dimanah menjelaskan fungsi dari unggahan yang berfungsi sebagai menentukan jenis unggahan masuk ke dalam kategori fungsi sebagai motivasi, informasi, atau edukatif. Lalu ada bentuk yaitu menentukan jenis unggahan yang berjenis gambar ataupun jenis video pada unggahan yang ada pada akun *Instagram* @ukmindonesiaid. Dan terakhir ada di bagian tanggapan dimanah jenis tanggapan di sini berjumlah 3 jenis, yaitu *Like*, *Share*, dan *Comment*.

Temuan utama pertama dalam penelitian ini dimanah pada bagian kuantitas sendiri terdapat jumlah dengan bulan – bulan yang sering / paling banyak dalam melakukan unggahan, yaitu ada total 7 bulan dari 11 bulan yang ada, dan paling banyak / masuk ke dalam kategori tinggi dalam unggahan dengan total angka mencapai 64% yaitu, bulan Agustus 2023, September 2023, Maret 2024, April 2024, Mei 2024, Juni 2024, dan Juli 2024. Dengan total bulan terbanyak ada pada bulan, Juni dengan total unggahan mencapai sebesar 33 unggahan. Temuan ini sesuai dengan sesuai dengan rumusan masalah pertama yaitu bagaimana penggambaran kuantitas pada unggahan akun *Instagram* @ukmindonesiaid periode Agustus 2023 – Agustus 2024.

Temuan kedua dalam penelitian ini adalah pada bagian tema, dimanah tema – tema ini terdiri dari 5 jenis tema yang telah dijelaskan, namun bahwasanya tema tertinggi ada pada tema bagian Ekonomi, dimanah jumlah unggahan Ekonomi sendiri mencapai 123 unggahan dengan total angka mencapai 64% dimanah pada

kesimpulannya Tema unggahan Ekonomi masih menjadi alasan mengapa orang – orang / masyarakat di luar sana lebih tertarik dengan unggahan – unggahan yang mendukung prospek kehidupan dengan usaha terkait UMKM.

Temuan Utama ketiga pada penelitian ini ada pada jenis Fungsi, dimanah Fungsi unggahan terbanyak ada pada jenis informasi, dengan total mencapai 140 unggahan yang mengandung jenis tersebut dengan total angka mencapai 71%, Hal tersebut dapat menjawab rumusan masalah terkait fungsi unggahan apa yang menggambarkan akun *Instagram* @ukmindonesiaid periode Agustus 2023 – Agustus 2024.

Temuan utama keempat ada pada bentuk, dimanah unggahan yang berbentuk gambar terbilang besar dengan total angka yang didapatkan 139 jenis unggahan gambar dengan total angka 71% Temuan ini menjelaskan rumusan masalah pada no 4, dimanah penggambaran pesan konten UMKM pada akun *Instagram* @ukmindonesiaid sendiri lebih memilih bentuk gambar karena, lebih gampang dan lebih cepat sebagai sumber informasi terkait tiap – tiap unggahan mengenai UMKM.

Temuan utama kelima adalah penggambaran secara keseluruhan, dimanah dapat disimpulkan bahwasanya, Jenis unggahan yang menjadi penggambaran pesan pada akun *Instagram* @ukmindonesiaid sendiri ada pada Tema Ekonomi dengan fungsi sebagai jenis unggahan informasi dan berbentuk gambar, dimanah informasi dapat diterima lebih cepat dan efektif.

Temuan menarik dalam penelitian ini adalah pada indikator tanggapan dimanah terdapat 2 jenis unggahan yang tergolong terbesar selama penelitian ini, yaitu unggahan di bulan, Juni 2024 dan Juli 2024. Pada bulan tersebut dimulai , dari bulan Juni 2024 salah satu unggahan dengan jenis tema Ekonomi, berbentuk gambar dengan fungsi sebagai informasi mendapatkan jumlah tanggapan no 2 terbesar, dengan jumlah *Like* mencapai 61.948 ribu dengan total angka mencapai 87%, dan *Comment* sebanyak 3.331 ribu dengan total 5% sementara pada bagian *Share* tidak masuk ke dalam kategori karena dinilai masih masuk ke dalam kategori rendah. Dalam unggahan tersebut membahas mengenai informasi mengenai sejarah UMKM di organisasi Muhammadiyah, dapat dilihat dari jenis penggambaran konten unggahan bahwasanya mengenai Agama dan Ekonomi para masyarakat

banyak yang terkait mengenai hal tersebut.

Sementara pada bulan Juli 2024, menjadi no 1 dengan jumlah tanggapan *Like* terbesar dengan total 71.379 ribu dengan total angka 77% dan mendapatkan tanggapan *Share* terbesar dengan total 20.549 dan mendapatkan angka 22% pada kategori *Comment* tidak termasuk, dalam unggahan tersebut menjabarkan mengenai seorang anak kecil yang berhasil mendapatkan 10 juta pertamanya di umur 8 tahun, dimanah unggahan tersebut sangat menarik dan unik bagi para pelaku UMKM, hal tersebut membuat orang lebih berinovasi dan juga memotivasi.

Dan yang terakhir pada temuan menarik adalah beberapa unggahan yang masuk ke dalam kategorisasi penelitian ini telah melakukan kolaborasi dengan akun *Instagram* UMKM lainnya, dimana *feeds / caption* sendiri terbilang cukup tidak rapi jika melakukan kolaborasi sebaliknya *feeds / caption* terlihat lebih rapi jika tidak melakukan kolaborasi unggahan. Hal ini menjadi sesuatu yang menarik dan dapat dilanjutkan dalam penelitian berikutnya.

5.2 Saran Penelitian

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan nantinya pada penelitian berikutnya dapat menggunakan analisis yang sama yaitu analisis isi kualitatif, tetapi dengan subjek yang berbeda dimanah mungkin berikutnya bisa menambahkan jumlah tema yang lebih banyak ataupun indikator pada (#) Tagar yang lebih banyak sehingga bisa menambahkan jenis pola yang lebih bervariasi lagi.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, temuan pada penelitian ini dapat memberikan penggambaran konten mengenai apa saja yang ada pada akun *Instagram* UMKM, Diharapkan kepada para *Followers / pengikut* akun UMKM, di media sosial agar dapat lebih cermat lagi dalam memahami penggambaran konten pada akun UMKM di @ukmindonesiaid dan dapat diterima dan dikritik untuk lebih baik ke depannya.