

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari beberapa penjelasan dari bab-bab sebelum nya, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Media sosial khususnya instagram saat ini bukan lagi hanya di jadikan sebagai *platform*/tempat untuk mencari teman, memperluas jaringan, bersosialisasi, dan berbagi informasi. Tetapi manfaat instagram kini justru lebih luas dari itu, instagram saat ini telah menjadi wadah untuk dunia marketing, dengan adanya perubahan fungsi komunikasi tersebut sosial media instagram kini menjadi salah satu faktor perubahan gaya hidup konsumtif dan hedonisme. Hal tersebut dapat terjadi karna setiap harinya pengguna instagram disuguhkan dengan berbagai macam jenis promosi dan iklan yang dilakukan oleh selebgram atau influencer.
2. Salah satu metode marketing dalam dunia instagram di kenal dengan *endorsement*, yang merupakan aktivitas promosi yang memanfaatkan influencer/selebgram untuk memasarkan suatu produk.
3. Salah satu selebgram yang memiliki *Engagement rate* yang terkenal sangat baik ialah @rachelvennya, sehingga ia dipercaya oleh banyak *brand* untuk memasarkan produk mereka walaupun dengan harga yang sangat mahal. *Engagement rate* merupakan indikator interaksi antara suatu pemilik akun sosial media dengan followersnya. Hal tersebut yang menyebabkan tidak sedikit followers atau orang-orang yang membeli suatu produk karna merasa tertarik untuk memiliki produk yang sama seperti yang di miliki *role model* mereka.
4. Rachel Vennya merupakan selebgram yang berhasil menarik perhatian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengikutinya, sebagian besar dari mereka memutuskan untuk mengikuti @rachelvennya pada saat ia mengalami moment-moment yang membuat nama nya banyak di bicarakan di berbagai media.

5. Dari hasil penelitian yang menjadi motif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengikuti akun instagram @rachelvennya ialah tertarik dengan cara berkomunikasi @rachelvennya, menyukai cara parenting @rachelvennya, senang melihat motivasi hidup @rachelvennya, dan senang melihat hal-hal positif yang dilakukan @rachelvennya.
6. Jenis informasi dari akun instagram @rachelvennya yang paling diminati Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah momen bersama anak, moment liburan, dan juga Endorse.
7. Berdasarkan hasil penelitian gaya hidup hedonisme @rachelvennya di akun instagram milik nya yang memberikan impact terhadap gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu merupakan bentuk postingan mereka, 7 dari 10 responden memiliki kemiripan dalam postingan instagram mereka, yang mungkin hal tersebut merupakan kesamaan yang tidak di sadari oleh responden.

## **B. Saran**

Sejauh ini peneliti hanya berharap agar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat menyaring informasi yang di dapat dari akun instagram @rachelvennya. Dan agar dapat bertindak bijak untuk memilah mana yang memiliki dampak positif dan yang berdampak negatif bagi gaya hidup mereka. Memiliki role model atau panutan boleh saja tetapi juga harus mengerti batasan, jangan sampai semua hal tentang nya di ikuti dan memaksakan diri walau tidak menyanggupi. Tetap bersyukur dengan apa yang dimiliki tanpa membandingkan dengan mereka yang memiliki segalanya, karna untuk berada pada tahap memiliki segalanya juga membutuhkan perjalanan, proses, dan berbagai kesulitan.