

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **4.2 Kesimpulan**

Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh signifikan antara konten media sosial Instagram @mrgoid dengan tingkat keterlibatan online (online engagement). Berdasarkan uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa nilai t-hitung (4.395) lebih besar dari t-tabel (1.669), yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel tersebut. Nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0.457 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara konten Instagram dan keterlibatan online. Selain itu, nilai R square sebesar 0.209 mengindikasikan bahwa sekitar 0,209% variasi dalam keterlibatan online dapat dijelaskan oleh konten media sosial Instagram, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **4.3 Saran**

Pada variabel independen (Konten Sosial Media Instagram) nilai rata-rata terendah terdapat pada X1 "Saya Menjadi *Followers* akun instagram @mrgoid karna melihat iklan instgram" dan X4 " Saya pernah memberikan komentar pada postingan feeds akun instagram @mrgoid "

Maka Disarankan pada akun Instgram @mrgoid lebih banyak mempromosikan akun instagram @mrgoid agar para pengguna Instagram lebih mengetahui apa itu MPR RI pada akun instgram @mrgoid dan memperkenalkan apa isi di dalam Instgram MPR RI.

Untuk pernyataan X4 mengenai komentar kurang memuaskan disarankan agar membuat feeds lebih kreatif dan memberikan manfaat baik bagi para pengguna instgram atau follorws akun instgram @mrgoid, dengan memperhatikan judul atau tema yang menarik tentang seputaran lembaga MPR RI yang akan di postingan pada feeds pada instgram @mrgoid.

Pada Variabel Dependen (*Online Angegament*) Y2 "Saya Merasa Tertarik dengan kuiz yang pernah diadakan aku instgaram @mrgoid" Maka di sarankan bagi Akun Instagram @mrgoid Untuk memberikan kuiz berhadiah

agar Followers lebih berantusias untuk mengikuti kuiz-kuiz yang di adakan MPR RI.



