

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital melalui Instagram Reels sangat dipengaruhi oleh integrasi antara kreativitas konten, storytelling digital, visual editing, dan pemanfaatan algoritma platform. Keempat aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dalam membentuk efektivitas komunikasi serta tingkat keterlibatan audiens.

Kreativitas konten berperan sebagai fondasi utama dalam menarik perhatian audiens di tengah arus informasi yang padat di media sosial. Konten yang disajikan secara kreatif, relevan, dan kontekstual mampu membangkitkan ketertarikan awal audiens serta mendorong terjadinya interaksi. Kreativitas ini tidak hanya tercermin dari ide konten, tetapi juga dari cara penyajian pesan yang disesuaikan dengan karakteristik platform Instagram Reels.

Storytelling digital dalam kerangka teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) berfungsi sebagai strategi penyampaian pesan yang mampu membangun kedekatan emosional antara komunikator dan audiens. Melalui narasi yang terstruktur dan autentik, storytelling digital mampu menggantikan keterbatasan isyarat nonverbal dalam komunikasi berbasis komputer. Narasi yang dekat dengan pengalaman audiens terbukti meningkatkan pemahaman pesan serta mendorong keterlibatan audiens secara afektif maupun kognitif.

Visual editing menjadi elemen penting dalam memperkuat pesan komunikasi digital. Dalam perspektif CMC, visual editing berperan sebagai bentuk substitusi isyarat nonverbal yang membantu audiens menafsirkan makna, emosi, dan intensi pesan. Penggunaan komposisi visual, transisi, ritme, dan elemen estetika yang tepat pada Instagram Reels mampu meningkatkan daya tarik konten, mempertahankan perhatian audiens, serta mendorong interaksi yang lebih tinggi.

Selain aspek kreatif dan visual, algoritma Instagram Reels memiliki peran strategis dalam menentukan jangkauan dan visibilitas konten. Dalam teori CMC, algoritma dipahami sebagai bagian dari sistem mediasi komunikasi yang

memengaruhi distribusi pesan dan pola interaksi audiens. Tingkat engagement yang dihasilkan audiens menjadi umpan balik bagi algoritma dalam menentukan penyebaran konten selanjutnya, sehingga keterlibatan audiens tidak hanya menjadi hasil komunikasi, tetapi juga faktor yang memengaruhi keberlanjutan proses komunikasi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi digital di Instagram Reels ditentukan oleh kemampuan kreator dalam mengintegrasikan kreativitas konten, storytelling digital, visual editing, dan pemanfaatan algoritma secara strategis. Integrasi keempat aspek tersebut mampu meningkatkan engagement rate sebagai indikator efektivitas komunikasi dalam media sosial berbasis video pendek.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian ini. Saran-saran tersebut ditujukan bagi praktisi maupun peneliti selanjutnya agar pemanfaatan Instagram Reels sebagai media komunikasi digital dapat dilakukan secara lebih optimal.

Bagi praktisi komunikasi digital, pengelola media sosial, maupun content creator, disarankan untuk lebih memperhatikan integrasi antara kreativitas konten, storytelling digital, visual editing, dan pemahaman terhadap algoritma Instagram Reels. Konten yang dirancang tidak hanya berfokus pada aspek visual yang menarik, tetapi juga perlu memiliki alur cerita yang jelas, relevan dengan audiens, serta disesuaikan dengan karakteristik platform agar mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara berkelanjutan.

Selain itu, praktisi disarankan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten melalui metrik engagement seperti likes, komentar, shares, dan waktu tonton. Evaluasi ini penting sebagai dasar dalam menyesuaikan strategi konten dengan perubahan perilaku audiens dan mekanisme algoritma platform yang dinamis.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian pada platform media sosial berbasis video pendek lainnya, seperti TikTok atau YouTube Shorts, guna memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi digital. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti kredibilitas komunikator, kepercayaan audiens, atau faktor psikologis pengguna, yang berpotensi memengaruhi engagement rate dalam konteks komunikasi bermedia komputer.

Dengan adanya pengembangan penelitian di masa mendatang, diharapkan kajian mengenai komunikasi digital dan *Computer-Mediated Communication* dapat semakin kaya dan relevan dengan perkembangan teknologi media sosial.

