

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas online grup support influencer di Surabaya terbentuk melalui kesamaan tujuan para content creator untuk meningkatkan engagement di Instagram. Melalui proses imersi dan observasi partisipatif, ditemukan bahwa komunitas berkembang secara bertahap dari interaksi antarkreator yang kemudian membentuk sistem kerja, aturan, dan pola komunikasi yang dijalankan bersama oleh seluruh anggota. Struktur komunitas memperlihatkan peran admin sebagai pengelola komunikasi yang mengoordinasikan jadwal support, mengatur urutan pengiriman tautan, menyampaikan aturan, serta menjaga keteraturan interaksi di dalam grup. Mekanisme masuk anggota tidak hanya berfungsi sebagai proses administratif, tetapi juga sebagai proses sosialisasi terhadap nilai, norma, dan kebiasaan komunikasi komunitas. Anggota baru mempelajari cara berinteraksi melalui pengamatan dan keterlibatan langsung dalam aktivitas sehari-hari komunitas.

Budaya komunikasi dalam komunitas tercermin melalui kebiasaan yang dilakukan secara berulang, seperti membuka sesi support pada waktu tertentu, mengikuti urutan antrean, menggunakan istilah "OTW", serta saling mengingatkan ketika terjadi pelanggaran aturan. Praktik-praktik tersebut berkembang menjadi norma bersama yang mengatur perilaku anggota dan menjaga keberlangsungan aktivitas komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya komunikasi tidak hanya dibentuk oleh aturan tertulis, tetapi juga oleh

interaksi digital yang terus dipraktikkan dalam kehidupan komunitas sehari-hari. Praktik timbal balik menjadi inti dari aktivitas komunitas. Setiap anggota yang menerima dukungan berupa like, comment, save, dan share memiliki kewajiban untuk memberikan dukungan yang sama kepada anggota lain. Kewajiban support balik menciptakan keseimbangan antara hak dan tanggung jawab anggota sehingga sistem support dapat berjalan secara berkelanjutan. Temuan ini memperlihatkan bahwa hubungan antaranggota dibangun di atas prinsip saling memberi dan saling menerima yang dipertahankan melalui komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus.

Pembentukan engagement di Instagram terjadi melalui koordinasi kolektif yang dilakukan di dalam komunitas. Lonjakan interaksi pada unggahan anggota muncul setelah tautan dibagikan dan seluruh anggota melakukan support dalam waktu yang relatif bersamaan. Dengan demikian, engagement dalam komunitas ini tidak terbentuk semata-mata melalui respons spontan audiens, tetapi melalui jaringan komunikasi dan kerja sama antaranggota komunitas. Secara teoritis, penelitian ini menegaskan bahwa konsep budaya komunikasi, komunitas online, dan Teori Pertukaran Sosial saling berkaitan dalam menjelaskan fenomena grup support influencer. Interaksi digital yang berlangsung secara berulang membentuk budaya komunikasi, budaya tersebut melahirkan norma timbal balik, dan norma timbal balik menjadi dasar pertukaran sosial yang mempertahankan keberlangsungan komunitas sekaligus membentuk engagement di Instagram. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa engagement di media sosial dapat dipahami sebagai hasil dari proses sosial dan budaya yang dibangun

melalui praktik komunikasi dalam komunitas online.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai budaya komunikasi dalam komunitas online grup support influencer di Surabaya, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian mengenai kualitas engagement dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, misalnya menganalisis perbandingan antara engagement hasil support komunitas dengan engagement organik dari audiens umum. Pengembangan tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dampak praktik support terhadap performa akun dan distribusi konten di Instagram. Penelitian ini masih berfokus pada satu komunitas online grup support dengan pendekatan netnografi berbasis observasi partisipatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan beberapa komunitas support yang memiliki sistem kerja berbeda, seperti komunitas berbasis Telegram, Discord, atau platform digital lainnya, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai variasi budaya komunikasi dan praktik timbal balik dalam komunitas kreator digital.

Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian mengenai kualitas engagement dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, misalnya menganalisis perbandingan antara engagement hasil support

komunitas dengan engagement organik dari audiens umum. Pengembangan tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dampak praktik support terhadap performa akun dan distribusi konten di Instagram. Selain itu, kajian tentang komunitas kreator digital masih memiliki ruang yang besar untuk diteliti dari perspektif lain, seperti ekonomi kreator, etika digital, identitas kreator, maupun hubungan antara algoritma media sosial dan perilaku komunitas online. Dengan demikian, penelitian mengenai grup support tidak hanya dipahami sebagai strategi meningkatkan engagement, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan budaya dalam ekosistem media digital.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi pengelola komunitas online grup support, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya menjaga keseimbangan antara tujuan meningkatkan engagement dan kualitas interaksi yang dihasilkan. Admin komunitas disarankan untuk tidak hanya menekankan jumlah likes dan komentar, tetapi juga mendorong anggota memberikan respons yang lebih relevan terhadap isi konten sehingga interaksi yang terbentuk memiliki nilai keterlibatan yang lebih bermakna.

Bagi para content creator, komunitas support dapat dimanfaatkan sebagai ruang belajar, membangun jaringan, dan memperoleh dukungan pada tahap awal pengembangan akun. Namun, anggota juga perlu menyadari bahwa keberhasilan jangka panjang di media sosial tidak hanya ditentukan oleh tingginya angka engagement, tetapi juga oleh kualitas konten, konsistensi produksi, dan kemampuan membangun hubungan yang autentik dengan audiens.

Bagi pengguna media sosial dan pelaku industri digital, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bahwa angka engagement di Instagram tidak selalu sepenuhnya mencerminkan ketertarikan spontan audiens terhadap suatu konten. Sebagian engagement dapat terbentuk melalui koordinasi komunitas dan praktik timbal balik antaranggota. Oleh karena itu, penilaian terhadap performa akun sebaiknya tidak hanya didasarkan pada jumlah interaksi, tetapi juga mempertimbangkan kualitas keterlibatan audiens dan keberlanjutan hubungan antara kreator dan pengikutnya.