

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian yang berjudul “*Pengaruh Durasi dan Kualitas Video Pendek terhadap Engagement Pengguna Instagram Ray Janson Radio*”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Durasi Video terhadap *Engagement* pengguna Instagram @rayjansonradio. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji *path coefficient* sebesar 0.327, dengan nilai *t-statistic* 2.088 yang lebih besar dari nilai *t-table* 1,96 serta *p-value* 0.037 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin panjang atau optimal durasi video yang diunggah, maka akan meningkatkan keterlibatan pengguna seperti *likes*, komentar, hingga *shares*. Temuan ini memperkuat relevansi pentingnya pengaturan durasi konten dalam strategi media digital.
2. Kualitas Video juga berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap *Engagement*. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SmartPLS 4.1.14, diperoleh nilai *path coefficient* sebesar 0,594, *t-statistic* 3,986 dan *p-value* 0.000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas visual dan audio yang baik dari video pendek mampu menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi yang lebih tinggi. Dengan demikian, kualitas produksi konten merupakan faktor penting dalam mengoptimalkan strategi konten Instagram.
3. Secara simultan, Durasi dan Kualitas Video berpengaruh terhadap *Engagement*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R-square* sebesar 0.779 dan *R-square Adjusted* sebesar 0.775, yang berarti 77,9% variasi dalam *engagement*

dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Kedua variabel ini berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan interaksi audiens terhadap akun Instagram Ray Janson Radio, yang berarti konten video pendek perlu diperhatikan dari segi durasi maupun kualitasnya secara bersamaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam praktik bisnis digital maupun pengembangan penelitian lanjutan, sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi Media Sosial atau Tim Ray Janson Radio, disarankan untuk terus mengoptimalkan durasi video pendek pada Instagram dengan menyesuaikan durasi ideal yang mampu mempertahankan perhatian audiens. Konten yang terlalu singkat dapat mengurangi nilai informasi, sementara durasi terlalu panjang bisa menurunkan tingkat *engagement*.
2. Tingkatkan kualitas visual dan audio dalam video pendek, termasuk aspek editing, pencahayaan, suara, dan resolusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas video memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap *engagement*, sehingga investasi pada aspek teknis produksi konten sangat disarankan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *engagement* di media sosial, seperti frekuensi unggahan, waktu publikasi, isi pesan, atau penggunaan *caption* dan *hashtag*.
4. Metode penelitian dan jenis data juga dapat diperluas, misalnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif sekaligus (*mixed method*)

atau menambahkan *platform* lain (TikTok, YouTube Shorts) untuk perbandingan strategi konten lintas *platform*.

5.3 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang bisnis digital, khususnya terkait strategi konten video pendek untuk meningkatkan *engagement* di media sosial. Implikasi dijabarkan dalam dua kategori:

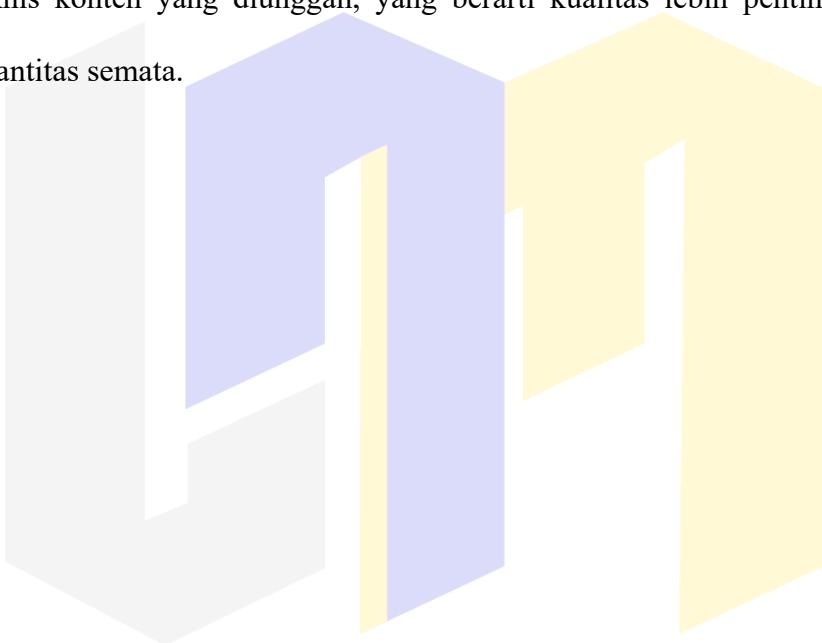
5.3.1 Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini memperkuat teori *Uses and Gratifications* (UGT), yang menyatakan bahwa pengguna aktif mencari dan mengonsumsi media sesuai dengan kebutuhan dan preferensi tertentu. Dalam konteks ini, video pendek yang memiliki durasi dan kualitas optimal memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi audiens, sehingga meningkatkan *engagement*.
2. Temuan ini juga memperkaya literatur mengenai pengaruh konten visual terhadap perilaku pengguna digital, khususnya di Indonesia, yang selama ini masih kurang dieksplorasi secara empiris dengan pendekatan PLS-SEM.

5.3.2 Implikasi Manajerial

1. Hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi manajer media sosial, *brand strategist*, dan *content creator* dalam merancang strategi konten video pendek yang efektif, baik dari sisi durasi maupun kualitas.

2. Pengelola akun bisnis seperti Ray Janson Radio dapat menjadikan hasil ini sebagai rekomendasi strategis dalam mengalokasikan sumber daya konten, misalnya untuk pelatihan produksi konten video, peningkatan alat produksi, atau evaluasi konten berdasarkan performa durasi dan kualitas.
3. Penelitian ini juga memberikan wawasan praktis bahwa *engagement* tidak hanya dipengaruhi oleh frekuensi unggahan, tetapi juga oleh karakteristik teknis konten yang diunggah, yang berarti kualitas lebih penting daripada kuantitas semata.



**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**