

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “Pengaruh Sebaran Disinformasi Mengenai Covid-19 Pada Grup Whatsapp Keluarga Terhadap Sikap Panic Buying”, peneliti telah menguraikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah peneliti dapatkan mengenai pengaruh sebaran disinformasi pada grup whatsapp keluarga terhadap sikap panic buying ibu rumah tangga paruh baya Jakarta Selatan. Peneliti mendapatkan hasil bahwa sebaran disinformasi yang tersebar ternyata memiliki hubungan yang erat dengan sikap panic buying yang terjadi di Jakarta Selatan, dimana ditunjukkan dengan hasil perhitungan korelasi antara variabel X dan Y yaitu sebesar 0,872. Nilai itu membuktikan bahwa adanya hubungan yang kuat dan besar karena berada di interval 0,70 – 0,90. Hasil itu pula menunjukkan kita bahwa pesan disinformasi mengenai Covid-19 pada grup whatsapp keluarga memiliki pengaruh dan hubungan yang kuat terhadap sikap *panic buying*. Berangkat dari hasil tersebut, Uji regresi linear sederhana dan uji Koefisien Determinasi dilakukan guna melihat pengaruh yang ditimbulkan, apakah hubungan akan berubah menjadi pengaruh atau tidak. Hasil menunjukkan bahwa ditemukan pengaruh yang signifikan mengenai sebaran disinformasi pada grup whatsapp keluarga terhadap sikap *panic buying* yang terjadi di Jakarta Selatan, dimana hal tersebut sejalan dengan ditemukannya hubungan yang sangat erat pada uji hubungan sebelumnya. Kemudian terakhir berdasarkan uji t atau hipotesis yang peneliti lakukan, didapatkan hasil bahwa H1 diterima dengan H0 ditolak karena  $\alpha$  sebesar 0,000 didapatkan. Selain hubungan, berkaitan dengan pertanyaan penelitian

yang ditulis oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa Pesan disinformasi mengenai covid-19 pada grup whatsapp keluarga memiliki pengaruh sebesar 78,4% terhadap sikap *panic buying*. Sedangkan sisanya sebesar 21,6% adalah karena faktor lainnya yang tidak disebutkan pada penelitian kali ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “Pengaruh Sebaran Disinformasi Mengenai Covid-19 Pada Grup Whatsapp Keluarga Terhadap Sikap Panic Buying”, peneliti telah menguraikan saran-saran yang peneliti ajukan sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Praktis

1. Data penelitian yang peneliti dapatkan di lapangan adalah mayoritas responden setuju dengan keterkaitan dan keberpengaruhannya antara pesan disinformasi mengenai covid-19 pada grup whatsapp keluarga. Namun ini bukanlah hasil yang positif bagi semua pihak. Hal ini ditunjukkan karena dampak-dampak yang ditimbulkan oleh sebaran disinformasi itu sendiri yang tidak membawa dampak baik malah membuat banyak kecemasan di belahan dunia seperti yang dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu yang sempat peneliti singgung. Jadi baiknya kepada elemen yang terlibat mulailah kita peka terhadap sebaran-sebaran ini.
2. Data yang peneliti dapatkan saat turun ke lapangan untuk melakukan penelitian ini juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi membaca dan mencari tahu kebenaran sebuah berita pada responden penelitian kali ini. Peneliti menyarankan kepada pemerintah dan masyarakat mulailah menggalakan melek informasi dan mulai menyebarkan berita sebaran yang informatif jauh dari kata hoaks dan disinformasi.
3. Peneliti juga menemukan di lapangan yang peneliti rangkum pada data penelitian yang mana menunjukkan bahwa tingginya sebuah tindakan antisipasi dilakukan tanpa mengetahui berita yang mereka baca akurat atau tidak kebenarannya. Peneliti menyarankan kepada pemerintah untuk mulai menggalakan gerakan anti hoaks untuk membantu orang-orang diluar

sana untuk mencari kejelasan, dan juga untuk masyarakat harus selalu sabar dan men-*check* kembali berita tersebut sebelum mengambil sebuah tindakan pencegahan agar tidak menimbulkan reaksi berantai seperti *panic buying* ini.

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian mengenai pengaruh sebaran disinformasi mengenai Covid-19 pada grup whatsapp keluarga terhadap sikap *panic buying* menjadi sebuah awal yang baik dalam bidang akademik manapun karena masih belum banyak yang membahas keterkaitan media sosial dengan hal spesifik seperti *panic buying* seperti ini. Hubungan topik dengan teori integrasi komunikasi yang peneliti pilih juga merupakan sebuah kebaruan yang peneliti harap dapat ditarik ke berbagai bidang akademik seperti kesehatan, informasi, bahkan komunikasi pada penelitian selanjutnya.
2. Sebagai salah satu negara yang ikut merasakan krisis *panic buying* yang lumayan besar akibat Covid-19 dan negara yang sangat terdampak akibat hal ini, peneliti sangat menyarankan kepada peneliti selanjutnya jika ingin mengembangkan topik ini ke ranah yang lebih spesifik dengan sudut pandang atau bahkan dengan metodologi yang berbeda. Sehingga penelitian semacam ini menjadi banyak dan mulai mengedukasi masyarakat. Karena memang krisis *panic buying* yang terjadi karena penyebaran disinformasi ini sendiri belum memiliki sebuah pemecahan yang akurat baik di indonesia maupun di belahan negara manapun.
3. Fokus penelitian ini adalah sikap *panic buying* yang muncul sebagai akibat dari pesan disinformasi mengenai Covid-19 pada grup whatsapp keluarga. Kekurangan dari penelitian ini adalah ke-spesifikan media yang dipilih oleh peneliti dimana peneliti harap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebuah kontribusi bagi seluruh elemen yang terlibat pada penelitian ini maupun yang tidak terlibat

sebagai pembelajaran maupun pengembangan pada penelitian selanjutnya.