

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Penutup

##### 5.1.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas pesan kampanye #BerencanaItuKeren BKKBN dalam penyedia informasi dan edukasi kepada masyarakat melalui akun Instagram @bkkbnoofficial adalah sangat baik dengan pertimbangan rerata sebesar 97,46% berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis temukan menunjukkan bahwa pesan kampanye #BerencanaItuKeren BKKBN dalam penyedia informasi dan edukasi kepada masyarakat menggunakan akun media sosial Instagram @bkkbnoofficial didominasi oleh kategori sangat baik sebesar 79 orang atau 56,83%, baik sebesar 43 orang atau 30,94%, cukup sebesar 15 orang atau 10,79%, kurang sebesar 2 orang atau 1,44% dan sangat kurang sebesar 0 orang atau 0,00%.
2. Ditemukannya pengaruh yang sangat signifikan pada pesan kampanye #berencanaitukeren terhadap sikap khalayak.
3. Didapatkan hasil angka KMO and Bartlett's Test sebesar  $0,949 > 0,05$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena sudah memenuhi syarat maka sudah di analisis factor.
4. Diperoleh bahwa cluster 1 memiliki anggota sebanyak 68, cluster 2 memiliki anggota sebanyak 71, cluster 3 memiliki anggota sebanyak 71 dan cluster 4 memiliki anggota sebanyak 69. Berdasarkan *rule of thumb* yang menyatakan bahwa *cluster* dapat dianggap *outlier* apabila memiliki anggota  $< 5\%$  dari jumlah data.

### 5.1.2 Saran

#### a) Saran Praktis

Penggunaan media social sangatlah penting dalam melakukan kampanye atau sosialisasi. Hal ini dikarenakan masyarakat kini telah banyak menggunakan media social sebagai alat untuk menyampaikan pesan ataupun sering mengkonsumsi informasi. Mudah-mudahan masyarakat memperoleh informasi melalui akun @bkkbnoofficial di instagram ini karena sangatlah membantu masyarakat sehingga peran BKKBN dan programnya lebih mudah diketahui dalam menyediakan informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat.

#### b) Saran Teoritis

Kegiatan edukasi dan sosialisasi dapat dilakukan melalui media social seperti @instagram. Media social akan lebih mudah diterima dan lebih menarik bagi masyarakat. Akan tetapi, belum semua masyarakat dapat mengetahui informasi melalui media social dan belum tentu juga dapat mengetahui informasi tersebut meski sudah menggunakan media social. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan informasi media social dan informasi secara manual harus dapat dipadukan dengan cara penyampaian pesan kampanye ditayangkan disetiap iklan media seperti tv, youtube, tiktok agar dikemas secara menarik berupa videografi agar masyarakat dapat cepat memahami isi pesan yang disampaikan.