

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Terpaan Konten Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berpartisipasi Generasi Z dengan nilai persentase sebesar 64,6% dan sebanyak 35,4% sisanya kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Selain itu, dari hasil uji hipotesis atau uji T juga menghasilkan nilai signifikansi pada variabel Y yang secara spesifik mengenai keputusan berpartisipasi generasi Z, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dan H_o ditolak, semakin besar terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa, semakin tinggi juga keputusan berpartisipasi generasi Z.

Pengaruh terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa terhadap keputusan berpartisipasi generasi Z memiliki dimensi tertinggi pada variabel terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa dengan rata-rata persentase nilai indeks yaitu sebesar 87,33% yaitu dimensi *Utilitarianism* (pemanfaatan) yang mengatakan bahwa responden setuju konten di instagram @voluntrip.kitabisa dapat menambah wawasan, menimbulkan ketertarikan untuk berpartisipasi, dan mendapatkan informasi terbaru mengenai kegiatan sosial.

Dimensi tertinggi pada variabel keputusan berpartisipasi generasi Z dengan rata-rata persentase nilai indeks 87,75% yaitu dimensi Pasca Pengambilan Keputusan yang mengatakan bahwa responden setuju dalam membagikan konten kepada orang lain, mengunggah kegiatan berpartisipasi ke media sosial instagram, dan mengikuti kembali kegiatan yang diadakan oleh @voluntrip.kitabisa.

Penelitian ini juga mengkonfirmasi *Activation Theory of Information Exposure*, di mana pesan dalam hal ini dianggap memiliki kekuatan persuasif yang dapat menarik atensi audiens untuk menikmati konten dan isi didalamnya serta memikirkan apakah suatu pesan tersebut memberikan manfaat atau tidak. Hal ini dapat dilihat pula dari hasil penelitian bahwa skor tertinggi pada variabel terpaan konten media sosial instagram

@voluntrip.kitabisa terletak pada dimensi *Utilitarianism* yaitu untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media.

Konten yang dibuat oleh akun @voluntrip.kitabisa juga memunculkan stimulasi yang memancing atensi dari audiens. Konten yang dibuat tersebut mengandung unsur keterbaruan, isi pesan dalam menginfokan tentang musibah yang baru terjadi dan informasi kegiatan sosial terbaru lainnya, membagikan konten berupa foto dan video. Konten pada akun @voluntrip.kitabisa juga memiliki karakteristik dari teori ini seperti baru, jelas, tidak konvensional, kuat, dan mendorong emosional serta membangkitkan secara fisik. Hal ini membuat konten instagram @voluntrip.kitabisa dapat mempengaruhi keputusan berpartisipasi generasi Z.

5.2 Saran

Peneliti ingin memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, saran yang diberikan secara teoritis dan praktis sehingga dapat dijadikan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yaitu:

1. Saran Praktis

- a. Akun instagram @voluntrip.kitabisa disarankan dapat meningkatkan intensitas pengunggahan konten, termasuk posting secara lebih teratur. Hal tersebut dapat mempertahankan perhatian pengikut dan memastikan bahwa konten selalu terbaru. Selain itu, memperbanyak konten yang meningkatkan interaksi dengan pengikut agar audiens dapat berkomentar pada unggahan di akun @voluntrip.kitabisa.
- b. Generasi Z disarankan untuk tetap mengikuti kegiatan sosial yang dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat yang membutuhkan bantuan. Hal tersebut dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan juga mengurangi adanya kesenjangan sosial.

2. Saran Teoritis

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode penelitian kombinasi yaitu metode penelitian antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk meneliti terpaan konten media sosial instagram terhadap

keputusan berpartisipasi agar mendapatkan hasil yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif.

- b. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menambahkan variabel di luar dari penelitian ini untuk meneliti faktor lain yang mempengaruhi keputusan berpartisipasi generasi Z dalam mengikuti kegiatan sosial.