

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Konten video yang diunggah Cecilia pada akun TikTok @cecilianov selama periode 1 s.d 30 September 2024 telah dilakukan penelitian melalui unit analisis yang mencakup teks, gambar, audio, dan *scene*. Analisis ini dilakukan oleh dua koder berdasarkan pemenuhan konsep komunikasi persuasif terkait ajakan penggunaan transportasi umum Jakarta. Penilaian ini mengacu pada dimensi-dimensi pesan persuasif, yaitu *rational appeals* dan *emotional appeals* (Tan dalam Hendri, 2019). Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa video yang diunggah oleh Cecilia pada akun TikTok @cecilianov dapat dikategorikan sebagai konten persuasif yang berkontribusi dalam membentuk persepsi, pemahaman, ajakan, sekaligus mengubah perilaku masyarakat untuk ikut menggunakan transportasi umum. Konten video tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga disertai ajakan dengan gaya narasi yang menarik dan relevan dengan audiens TikTok.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, konten video TikTok @cecilianov lebih banyak mengandung pesan persuasif dengan dimensi *rational appeals*. Kemudian, jika dilihat dari jumlah viewers, *likes*, dan *comment* tertinggi, konten yang paling populer adalah konten “Cobain dari Jakarta ke BSD naik Transjakarta S11” yang berisi informasi seputar rute perjalanan, waktu tempuh, dan jenis moda transportasi umum yang digunakan oleh Cecilia dari Jakarta ke BSD. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa platform media sosial seperti TikTok dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan persuasif, sekaligus mendorong perubahan perilaku masyarakat agar menggunakan transportasi umum sebagai upaya mengurangi kemacetan lalu lintas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan dari penelitian yang berjudul “Analisis Isi Media Sosial TikTok @cecilianov Pada

Pesan Persuasif Penggunaan Transportasi Umum Jakarta”, penulis memiliki beberapa saran yang relevan, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran agar audio dan *scene* dalam setiap konten dapat memiliki keterkaitan, sehingga pesan persuasif terkait penggunaan transportasi umum dapat tersampaikan dengan lebih efektif.
2. Penulis memberikan saran agar Cecilia Novanca lebih memperhatikan penggunaan kalimat yang tepat dan detail pada narasi, sehingga dapat menimbulkan daya tarik bagi audiens.
3. Penulis juga memberikan saran agar kreator digital, pemerintah, atau masyarakat lainnya ikut memanfaatkan TikTok sebagai media dalam menyebarkan pesan persuasif yang dapat membangun kesadaran serta mengubah perilaku masyarakat.

5.2.2 Saran Akademis

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan variabel-variabel yang digunakan, yaitu media sosial TikTok dan audiens yang menerima pesan persuasif, sehingga penelitian tidak hanya terbatas pada analisis isi kuantitatif deskriptif.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti unit analisis yang lebih reliabel untuk dijadikan alat ukur penelitian. Hal ini dikarenakan nilai reliabilitas pada unit analisis gambar tidak dapat ditentukan karena kedua koder secara konsisten sepakat bahwa seluruh gambar mengandung pesan persuasif dengan dimensi *rational appeals*, sehingga hasil yang diperoleh tidak variatif.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan jumlah pengkode menjadi tiga atau lebih untuk meminimalisir potensi subjektivitas dalam proses analisis.