

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan pembahasan yang sudah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh yang signifikan pada isi pesan instagram @magangmerdeka (X1) terhadap minat mahasiswa (Y). Sementara itu, adanya pengaruhnya signifikan antara *word of mouth* (WOM) terhadap minat mahasiswa (Y). Dimensi yang terdapat pada pernyataan variabel X1, yaitu *Message Structure*, *Clarity* dan *Power Words* tidak memberikan kontribusi terhadap minat mahasiswa untuk mengikuti program magang merdeka. Srtinya tingginya pengaruh pada masing-masing dimensi tersebut, semakin rendah pula minat mahasiswa untuk mengikuti program magang merdeka, lain hal nya dengan dimensi yang terdapat pada pernyataan variabel X2, yaitu *Talkers*, *Topics*, *Tools*, *Talking Parts* dan *Tracking* memberikan kontribusi terhadap minat mahasiswa untuk mengikuti program magang merdeka. Maka, semakin tinggi pengaruh pada masing-masing dimensi tersebut, semakin besar pula minat mahasiswa untuk mengikuti program magang merdeka. Pada analisis ini penggunaan isi pesan pada instagram tidak terbukti berpengaruh untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk mengikuti program magang merdeka, sementara itu untuk komunikasi *word of mouth* terbukti berpengaruh dalam meningkatkan minat mahasiswa mencakup aspek minat eksploratif, preferensial, referensial dan transaksional. Sementara itu, jika diuji secara simultan, variabel isi pesan (X1) dan *word of mouth* (WOM) (X2) memengaruhi signifikan terhadap minat mahasiswa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Disarankan agar pengelola akun instagram @magangmerdeka mengoptimalkan isi pesan yang disampaikan melalui konten-konten yang lebih informatif, inspiratif, dan interaktif. Program Magang Merdeka memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi dua arah antara

mahasiswa dan mentor dari perusahaan mitra. Oleh karena itu, konten yang menampilkan pengalaman nyata para peserta, kisah sukses, serta testimoni mentor akan sangat membantu dalam meningkatkan minat mahasiswa. Selain itu, penting untuk menekankan manfaat program ini dalam memperluas jaringan koneksi profesional. Pesan-pesan yang menggambarkan peluang kolaborasi, keterhubungan dengan dunia industri, serta dampak jangka panjang bagi karier mahasiswa dapat memperkuat persepsi positif terhadap program Magang Merdeka.

5.2.2 Saran Teoritik

Temuan analisis ini membuktikan variabel *word of mouth* (WOM) memengaruhi minat mahasiswa, sedangkan isi pesan instagram tidak berpengaruh. Temuan ini mendukung teori respon kognitif yang menekankan pentingnya proses evaluasi individu terhadap informasi yang diterima. Dalam konteks ini, *word of mouth* (WOM) dinilai lebih mampu membentuk respon kognitif karena berasal dari sumber yang dianggap kredibel dan relevan. Oleh karena itu, teori ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan mempertimbangkan peran komunikasi interpersonal dalam mempengaruhi minat, khususnya pada media sosial.