

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yaitu analisis data dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (pesan pada unggahan Instagram Lion Air berwarna hitam-putih JT610) terhadap variabel Y (sikap masyarakat Indonesia *followers @lionairgroup*). Adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y diketahui berdasarkan dari hasil signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Berdasarkan perhitungan penelitian, diperoleh t hitung > t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin informatif isi pesan (menarik perhatian, menggunakan lambang-lambang, sesuai dengan harapan komunikan, dan mempunyai media untuk *feedback*), maka semakin banyak informasi yang didapat oleh masyarakat sehingga dapat membentuk sikap masyarakat Indonesia *followers Instagram @lionairgroup* yang dapat memengaruhi citra perusahaan. Begitupun sebaliknya, jika pesan kurang informatif maka akan berdampak pada sikap masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada indikator isi pesan terdapat sub indikator pesan harus menyediakan media untuk *feedback*, tetapi pada pernyataan yang diajukan penulis terkait sub indikator tersebut responden setuju bahwa pihak Lion Air tidak menyediakan media untuk *feedback*. Maka penulis memberi saran kepada pihak Lion Air agar sebaiknya memberikan media untuk *feedback* dari masyarakat kepada pihak Lion Air sehingga masyarakat dapat memberikan *feedback* yang dapat dijadikan masukan kepada perusahaan.