

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari Pengaruh Kualitas Argumen dan Kredibilitas Sumber pada Chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap Respon Sikap Positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat dengan hasil kuesioner yang telah disebar dengan menggunakan google form kepada penduduk Jawa Barat yang berusia rentang 20 sampai dengan 28 tahun yang memenuhi kriteria sampling dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. H_1 diterima terdapat pengaruh kualitas argumen pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat.
2. H_2 diterima terdapat pengaruh kredibilitas sumber pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat.
3. Terdapat pengaruh kualitas argumen dan kredibilitas sumber pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat sebesar 78,8 %.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil oleh data dan pembahasan pada penelitian Pengaruh Kualitas Argumen dan Kredibilitas Sumber pada Chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap Respon Sikap Positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat memiliki implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Implikasi berdasarkan hasil olah data variabel kualitas argumen menunjukkan bahwa akurasi informasi merupakan faktor paling kuat dalam membentuk sikap positif Generasi Z terhadap konten pemerintah, menunjukkan pentingnya penyajian data yang tepat dan terpercaya. Namun,

rendahnya skor relevansi dan tingginya variasi pada aspek personalisasi mengindikasikan perlunya peningkatan keterhubungan emosional dan kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens, agar komunikasi publik melalui media sosial tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh dan bermakna secara personal bagi generasi muda.

2. Implikasi berdasarkan hasil olah data variabel kredibilitas sumber menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sumber (*trustworthiness*) merupakan dimensi paling kuat dalam membentuk sikap positif Generasi Z terhadap pesan-pesan pemerintahan, sehingga tokoh publik yang dipercaya memiliki peran strategis dalam komunikasi publik. Namun, rendahnya nilai relatif pada daya tarik (*attractiveness*) mengindikasikan pentingnya memperhatikan aspek visual dan gaya penyampaian, terutama dalam platform media sosial, agar pesan tidak hanya dipercaya tetapi juga menarik dan mampu menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif.
3. Implikasi berdasarkan hasil olah data variabel respon sikap menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik melalui media sosial, khususnya dalam membentuk sikap positif Generasi Z terhadap pemerintah daerah, sangat dipengaruhi oleh kemampuan audiens dalam memahami isi pesan secara jelas. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang terstruktur, mudah dipahami, dan disertai dengan upaya membangun kepercayaan secara merata menjadi faktor kunci bagi keberhasilan strategi komunikasi yang dilakukan oleh tokoh publik seperti Dedi Mulyadi.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Argumen dan Kredibilitas Sumber pada Chanel YouTube Dedi Mulyadi Terhadap Respon Sikap Positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat terdapat beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Peningkatan akurasi dan relevansi konten pada dimensi indikator kualitas argumen, dimana pemerintah daerah dan kreator konten yang bekerja sama dalam menyampaikan pesan publik melalui media sosial sebaiknya

memprioritaskan akurasi data dan informasi yang disampaikan. Setiap konten harus berbasis pada fakta, data yang dapat diverifikasi, dan dikemas secara kontekstual agar sesuai dengan kebutuhan serta minat Generasi Z. Selain itu, penting untuk menambahkan elemen personalisasi—misalnya dengan penggunaan narasi, testimoni, atau studi kasus yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens muda—untuk meningkatkan kedekatan emosional terhadap pesan.

2. Penguatan figur publik yang kredibel dan menarik berdasarkan pada dimensi indikator kredibilitas sumber, dimana tokoh publik atau influencer yang digunakan sebagai juru bicara pemerintah sebaiknya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi di mata publik dan juga mampu menampilkan daya tarik personal yang sesuai dengan karakteristik media sosial. Strategi komunikasi visual dalam komunikasi politik, seperti penggunaan gaya bicara yang santai, visual yang menarik, serta pendekatan naratif yang autentik, perlu dioptimalkan agar pesan tidak hanya dipercaya, tetapi juga menarik dan mampu menjangkau lebih luas segmen audiens digital.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sebuah rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan tema serupa yaitu kualitas argumen, kredibilitas sumber, respon sikap dan teori ELM.
2. Peneliti berharap penelitian yang dilakukan dapat memberi kontribusi pada kajian akademik komunikasi politik di era digital, khususnya dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk sikap politik generasi muda terhadap institusi pemerintah. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh variabel lain seperti daya tarik visual, intensitas interaksi, atau emosi pesan.