

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 27, penelitian ini menunjukkan bahwa pesan edukasi yang disampaikan melalui akun TikTok @dokterdetektif memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku *followers* dalam memilih produk *skincare*. Hal ini terlihat dari dimensi pesan interaktif, pembelajaran, menambah pengetahuan dan memberikan pengalaman yang memberikan pengaruh signifikan terhadap dimensi menimbang, mengevaluasi, dan menentukan dalam pemilihan produk *skincare*, yang tercermin melalui berbagai aspek perilaku seperti pemahaman terhadap informasi produk, penilaian terhadap kesesuaian kebutuhan kulit, serta kecenderungan *followers* untuk menerapkan praktik pemilihan produk *skincare* yang lebih tepat dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil analisis, nilai t hitung sebesar 13,626 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,660 menunjukkan bahwa pesan edukasi yang disampaikan akun TikTok @dokterdetektif berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *followers* dalam memilih produk *skincare*. Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,809 dengan nilai R Square sebesar 0,655 atau 65,5%, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa 65,5% perilaku *followers* dalam memilih produk *skincare* dipengaruhi oleh pesan edukasi akun TikTok @dokterdetektif, sedangkan 34,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Praktis**

1. Kepada akun edukatif di bidang *skincare*, termasuk praktisi *skincare* dan *beauty content creator*, disarankan untuk menghadirkan konten edukasi yang beragam, seperti tips perawatan kulit harian atau tutorial penggunaan produk, agar *followers* dapat memahami materi secara lebih menyeluruh tanpa merasa monoton.

2. Kepada akun edukatif di bidang *skincare*, termasuk praktisi *skincare* dan *beauty content creator*, disarankan untuk memposting konten secara rutin agar *followers* dapat memperoleh edukasi secara berkelanjutan dan lebih mudah mengikuti informasi perawatan kulit, sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat terserap dengan baik.

### 5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian berikutnya yang membahas topik serupa, khususnya terkait pesan edukasi terhadap perilaku memilih. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur dan koleksi perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi pengembangan mata kuliah Komunikasi Massa dan Perilaku Konsumen, khususnya dalam memahami peran pesan edukasi yang disampaikan melalui media sosial sebagai bentuk komunikasi massa dalam memengaruhi perilaku konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menerapkan pendekatan kualitatif berupa analisis konten terhadap isi pesan edukasi akun TikTok @dokterdetektif agar dapat memahami strategi penyampaian pesan secara lebih mendalam.