

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Merujuk pada hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas informasi eWOM dan kredibilitas sumber terhadap adopsi informasi film *Jumbo* pada pengikut akun @WatchmenID pada platform X, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas informasi eWOM terbukti berpengaruh positif terhadap adopsi informasi film *Jumbo*, terkhusus pada pengikut akun @WatchmenID, pada media sosial X. Pengikut memiliki kecenderungan untuk menerima dan menggunakan informasi yang disampaikan melalui ulasan film ketika isi informasi tersebut dinilai akurat, relevan, lengkap, dan mudah dipahami. Dalam konteks penelitian ini, kualitas daripada isi informasi tersebut lah yang menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi audiens untuk mengadopsi informasi terkait film *Jumbo*.
2. Kredibilitas sumber berpengaruh signifikan serta positif terhadap adopsi informasi film *Jumbo* di antara pengikut akun @WatchmenID di platform X. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan audiens terhadap akun sebagai sumber informasi turut mempengaruhi proses penerimaan informasi *Electronic word of mouth*. Pengikut cenderung lebih mudah mengadopsi informasi ketika akun dianggap memiliki pengetahuan yang baik mengenai film, memahami industri film, juga berpengalaman dalam memberikan ulasan film. Selain itu, penyampaian opini yang jujur serta objektif juga memperkuat persepsi audiens terhadap kredibilitas akun sebagai sumber informasi.
3. Secara simultan, kualitas informasi dan kredibilitas sumber sama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap adopsi informasi. Kedua variabel independen dalam penelitian ini, secara bersama-sama mampu menjelaskan 66,2% dari variasi perilaku adopsi informasi yang terjadi. Ini menunjukkan bahwa dalam proses adopsi informasi yang terjadi di media sosial, audiens

tidak hanya mempertimbangkan isi pesan yang diterima, tetapi juga menilai sejauh mana sumber yang menyampaikan informasi tersebut bisa dipercaya. Meski begitu, pada penelitian ini kualitas informasi tercatat memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kredibilitas sumber, yang mana menggambarkan bahwa pengikut akun @WatchmenID lebih banyak mempertimbangkan substansi ulasan itu sendiri ketika memutuskan untuk mengadopsi informasi terkait film *Jumbo*.

## 5.2. Saran

### 5.2.1. Saran Praktis

1. Mengingat variabel kualitas informasi pada penelitian ini terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi adopsi informasi, pengelola akun @WatchmenID maupun akun sejenis disarankan untuk lebih memperhatikan isi konten yang dibagikan. Informasi yang disampaikan sebaiknya tidak semata-mata hanya mengikuti apa yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial, tetapi juga memiliki kejelasan, akurasi, dan relevansi yang memadai. Penyajian ulasan dalam format yang terstruktur, seperti menggunakan fitur *thread* pada platform X, memungkinkan pengelola akun untuk membahas berbagai aspek film secara sistematis, yang mana membantu audiens memproses informasi dengan lebih baik.
2. Kredibilitas akun sebagai sumber informasi juga perlu dibangun dan dijaga dari waktu ke waktu oleh pengelola akun @WatchmenID dan akun sejenis. *Source credibility* tidak hanya terbentuk dari seberapa tinggi frekuensi suatu akun memposting, tetapi juga dari kedalaman pembahasan, kejujuran dalam menyampaikan suatu penilaian, serta keterlibatan aktif dalam diskusi publik. Penggunaan fitur-fitur interaktif pada suatu platform media sosial seperti *X Spaces* juga dapat menjadi sarana yang efektif guna memperkuat persepsi audiens terhadap kompetensi dan kredibilitas sumber informasi.
3. Bagi pelaku industri perfilman Indonesia, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis yang relevan dalam konteks strategi komunikasi pemasaran digital. Maka dari itu, melakukan kolaborasi dengan akun-akun

yang memiliki kredibilitas tinggi serta basis kepercayaan yang tinggi di kalangan pengikutnya maupun publik berpotensi lebih efektif dalam membentuk persepsi audiens dibandingkan dengan iklan berbayar yang kerap dimanfaatkan sebagai konten promosi. Bentuk kolaborasi yang dimaksud dapat berupa pengundangan *reviewer* film atau *influencer* komunitas film dalam sesi *movie screening*, mengadakan diskusi terbuka bersama pengikut, atau bisa juga memanfaatkan *live discussion* melalui fitur interaktif di media sosial. Pendekatan seperti ini memungkinkan terciptanya penyebaran informasi secara organik yang mana cenderung lebih dipercaya oleh audiens dibandingkan konten atau informasi promosi yang sumbernya berasal dari pihak produksi.

### 5.2.2. Saran Akademis

1. Penelitian ini hanya mencakup tiga variabel, yaitu kualitas informasi eWOM, kredibilitas sumber, dan adopsi informasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga berpotensi mempengaruhi adopsi informasi, seperti *electronic trust*, kegunaan informasi, keterlibatan audiens, atau intensitas penggunaan media sosial. Dengan penambahan cakupan variabel yang lebih luas, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai proses yang mendasari adopsi informasi melalui *Electronic word of mouth* secara lebih menyeluruh.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat mencoba melakukan pengujian pada konteks ataupun platform media yang berbeda untuk melihat bagaimana dinamika adopsi informasi pada eWOM berlangsung di luar konteks perfilman juga platform X. Karakteristik audiens serta pola konsumsi informasi pada platform media sosial lainnya seperti TikTok atau Instagram tentu berbeda dengan X, sehingga hasil yang didapatkan juga berpotensi menghasilkan temuan penelitian yang variatif dan komparatif.
3. Dari sisi pendekatan penelitian, penggunaan metode kualitatif atau *mixed methods* pada penelitian selanjutnya dapat menjadi pilihan yang perlu dipertimbangkan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali

serta masuk lebih jauh ke dalam pengalaman subjektif audiens, misalnya melalui sesi wawancara mendalam yang dapat menelusuri bagaimana suatu individu benar-benar mempertimbangkan suatu informasi sebelum memutuskan untuk mengadopsi informasi tersebut.