

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terpaan konten Instagram @raditya_dika berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menonton podcast Raditya Dika di Youtube pada followers Generasi Z, dengan koefisien korelasi sebesar 0,681 dan kontribusi pengaruh sebesar 46,3% ($Y = 28,312 + 1,008X$) sedangkan sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Pada variable X, dimensi Atensi memperoleh skor tertinggi pada variabel X (3,25), mengindikasikan bahwa keterpaparan *followers* Gen Z lebih ditentukan oleh kualitas perhatian saat konten dilihat bukan oleh intensitas maupun durasi akses. Rendahnya skor dimensi Durasi turut menunjukkan bahwa audiens lebih banyak terpapar melalui sistem rekomendasi algoritma Instagram (*Reels/Explore*) dibandingkan pencarian aktif. Pada variabel Y, dimensi Identifikasi Masalah menempati posisi tertinggi (3,39) menandakan bahwa keputusan menonton paling kuat terbentuk pada tahap kesadaran kebutuhan, sementara Evaluasi Alternatif menjadi yang terendah (3,25) mengindikasikan bahwa keputusan tersebut lebih didorong oleh kedekatan personal terhadap sosok Raditya Dika sebagai *content creator* individual dibandingkan perbandingan objektif dengan *podcast* lainnya.

Temuan ini diperkuat oleh hasil tabulasi silang, di mana skor gabungan tertinggi ditemukan pada pasangan Atensi dengan Identifikasi Masalah (6,64) dan Atensi dengan Pasca Pengambilan Keputusan (6,61), sedangkan skor terendah pada pasangan Durasi dengan Evaluasi Alternatif (6,29) yang menegaskan bahwa Atensi merupakan aspek terpaan yang paling menonjol dalam mendorong keputusan menonton. Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat relevansi *teori Uses and Effects* yang menjelaskan bahwa penggunaan media menghasilkan efek tidak hanya dari isi konten tetapi juga dari kebiasaan penggunaan media itu sendiri atau *consequence*. Tingginya atensi *followers* Gen Z terbukti menjadi pendorong utama kesadaran kebutuhan yang mengarahkan mereka pada keputusan menonton *podcast* Raditya Dika secara lengkap di Youtube.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Memperkuat Keterhubungan antara Instagram dan Youtube

Temuan pada variabel terpaan konten memperlihatkan bahwa dimensi Atensi menempati posisi tertinggi dengan rata-rata 3,25 dibandingkan dua dimensi lainnya. Angka ini mencerminkan bahwa *followers* Gen Z benar-benar fokus menyimak, mengingat topik, dan merespons konten yang diunggah akun @raditya_dika. Kondisi ini menjadi modal penting bagi pengelola akun untuk terus menjaga kualitas cuplikan *podcast*, terutama pada bagian-bagian yang memuat pernyataan atau momen mencolok dari narasumber. Sebab tingginya atensi inilah yang pada akhirnya menjembatani audiens untuk berpindah dari Instagram menuju konten *podcast* di Youtube.

2. Menampilkan Nilai Utama *Podcast* Sejak Awal Konten

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Durasi memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,04. Oleh karena itu, akun Instagram @raditya_dika disarankan menyajikan inti pembahasan atau bagian paling menarik dari *podcast* pada awal cuplikan maupun *caption* agar audiens terdorong menyimak konten lebih lama dan melanjutkan menonton *podcast* versi lengkap di Youtube.

3. Mempertahankan Relevansi Topik dengan Karakteristik Audiens Gen Z

Pada variabel keputusan menonton, dimensi Identifikasi Masalah tercatat sebagai yang paling menonjol dengan skor rata-rata 3,39. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens Gen Z relatif cepat menangkap kebutuhan pribadinya akan tayangan yang menghibur maupun informatif begitu terpapar cuplikan konten di Instagram. Mengingat kekuatan ini, disarankan agar konten yang diunggah tetap menyorot isu-isu dekat dengan realitas Gen Z, seperti persoalan asmara, dunia kerja, maupun pengembangan diri, agar cuplikan *podcast* terus berfungsi optimal sebagai pemicu awal kesadaran kebutuhan menonton sekaligus menjaga kedekatan topik dengan keseharian audiensnya.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ingin meneliti hubungan antara media sosial dan perilaku konsumsi konten digital dalam konteks perpindahan audiens antar *platform*. Hasil penelitian ini juga relevan sebagai bahan diskusi dalam kajian komunikasi digital dan *new media* di lingkungan akademik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten Instagram berkontribusi sebesar 46,3% terhadap keputusan menonton *podcast* Raditya Dika di Youtube, sedangkan sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengidentifikasi dan menguji variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan menonton *podcast* sehingga dapat memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku audiens dalam mengonsumsi konten digital.