



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis di atas mengenai pengaruh konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa konten media sosial Instagram @kemenhub151 memiliki pengaruh terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak sesuai dengan pernyataan dari teori Kemungkinan Elaborasi Model dan konsep komunikasi efektif yang menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh @kemenhub151 sudah jelas, lengkap, koheren, dan konkret sehingga tercipta efek kognitif atau kesadaran informasi baik melalui jalur sentral atau periferal.
2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak memiliki pengaruh sebesar 46,7%, di mana pengaruh lainnya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti faktor intensitas dalam mengonsumsi informasi yang diungkapkan oleh teori Kemungkinan Elaborasi Model yang menyatakan bahwa untuk memaksimalkan efek kognitif pada jalur periferal dapat dilakukan dengan mengulang-ngulang informasi kepada

khalayak, hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian terdahulu dari (Sung-Eun Kim, dkk., 2017). Faktor lainnya seperti reputasi pemberi pesan, seperti yang diungkapkan dalam penelitian terdahulu dari (Xianjin Zha, dkk., 2017) yang menjelaskan jika reputasi dari pemberi pesan cenderung negatif, khalayak akan menolak untuk memproses informasi. Teori Kemungkinan Elaborasi Model juga menjelaskan bahwa umur juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam memproses informasi yang tidak dianalisis atau dijelaskan dalam penelitian ini.

3. Hasil uji hipotesis juga memprediksi bahwa setiap kenaikan satu nilai konten media sosial Instagram @kemenhub151 akan mempengaruhi nilai kesadaran informasi transportasi pada khalayak sebesar 0,804.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh konten media sosial terhadap kesadaran informasi transportasi pada Instagram @kemenhub151. Saran akademis pertama yang dapat peneliti berikan adalah untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama yaitu kesadaran informasi pada konten media sosial untuk dapat mencari tahu lebih dalam apa saja yang mempengaruhi terbentuknya kesadaran informasi pada media sosial seperti menambahkan faktor reputasi pemberi pesan, intensitas dalam mengonsumsi informasi,

menganalisis faktor umur, dan mencari tahu lebih dalam mengenai motivasi atau motif apa saja yang mempengaruhi individu dalam memproses informasi.

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metodologi penelitian yang berbeda sehingga dapat memperdalam hasil penelitian dan mengganti objek penelitian yang berbeda seperti Twitter @kemenhub151 atau Facebook @kemenhub151.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator *captions* yang menarik memiliki hasil tidak setuju paling besar dibandingkan dengan indikator lainnya sebesar 25,7%, yang diikuti oleh infografis yang kurang menarik sebesar 19,4% dan indikator terendah ketiga adalah informasi yang diberikan oleh Instagram @kemenhub151 adalah informasi yang tidak dibutuhkan oleh khalayaknya sebesar 17,8%. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran kepada Instagram @kemenhub151 untuk mencari tahu apa saja informasi yang dibutuhkan oleh khalayaknya dengan meneliti mengenai motif dalam mengonsumsi informasi dan mencari tahu lebih dalam *captions* dan infografis seperti apa yang dianggap menarik oleh *followers* Instagram @kemenhub151.

Disarankan juga kepada Instagram @kemenhub151 untuk mencari tahu dan memperhatikan faktor-faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi kesadaran informasi pada media sosial, sehingga diharapkan tugas yang dikerjakan oleh PR Pemerintahan dapat lebih efektif dan memberikan hasil yang diharapkan.