



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

Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh efektivitas konten akun Instagram @townshipalamsutera terhadap pengetahuan *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera. Apabila ada, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel. Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan oleh peneliti mengenai pengaruh efektivitas konten akun Instagram @townshipalamsutera terhadap pengetahuan *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera pada populasi penelitian ini, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang ditemukan menunjukkan bahwa efektivitas konten akun Instagram @townshipalamsutera terhadap pengetahuan *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera mempunyai pengaruh sebesar 60,8% dan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
2. Hasil penelitian yang ditemukan juga memprediksi bahwa setiap ada kenaikan satu nilai pada variabel konten akun Instagram @townshipalamsutera akan mempengaruhi nilai pengetahuan *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera pada khalayak sebesar 0,936.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran akademis yang dapat peneliti berikan adalah dapat menjadi pengembangan teori *Elaborated Likelihood Model* yang dikaitkan dengan media sosial untuk penelitian sejenis selanjutnya. Kemudian, dapat melakukan penelitian yang terkait dengan penggunaan metodologi yang lainnya, seperti menggunakan jenis

penelitian penelitian kualitatif, penentuan sampel *non-probability*, atau analisis regresi berganda.

Selain itu, juga dapat mencoba untuk mencari tahu lebih dalam lagi hal apa saja yang mempengaruhi khalayak sadar akan sebuah *event* melalui media sosial, apabila melakukan penelitian dengan topik yang sama, seperti *timeline* waktu *post* konten di media sosial, distribusi informasi mengenai *event* di media sosial, atau promosi *event* di media sosial lainnya. Penelitian selanjutnya juga dapat mengganti objek penelitian yang lain, seperti Twitter @AlamSuteraTM atau Facebook @TownshipAlamSutera.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, indikator pertama yang mempunyai hasil tidak setuju paling besar adalah pihak Alam Sutera yang menggunakan *Event Organizer* dalam mengadakan *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera sebesar 31,2%. Selanjutnya indikator kedua, yaitu rute *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera sebesar 25,8%. Indikator ketiga, yaitu mengetahui rangkaian *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera sebesar 22,6%. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran kepada admin atau pengelola Instagram @townshipalamsutera untuk memberikan konten secara detail atau lengkap untuk *followers* mengenai *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera, khususnya mengenai rangkaian acara, pihak yang terlibat dan lokasi acara dilaksanakan.

Peneliti juga memberikan saran kepada admin atau pengelola Instagram @townshipalamsutera untuk menelusuri lebih dalam konten seperti apa yang disukai oleh *followers*-Nya dan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kesadaran *event Downtown Car Free Day* Alam Sutera sehingga tidak hanya kesadaran *event* nya saja yang meningkat, tetapi juga *awareness* dari Instagram @townshipalamsutera itu sendiri