

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengukur sejauh mana pengaruh konten Instagram Universitas Multimedia Nusantara (UMN) tentang keberlanjutan terhadap tingkat kesadaran hijau, minat hijau, dan perilaku hijau mahasiswa UMN.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Konten Instagram UMN memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesadaran Hijau, Minat Hijau, dan Perilaku Hijau Mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F, uji T, dan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa konten Instagram memberikan kontribusi sebesar 68,4% terhadap variabel Kesadaran, Minat, dan Perilaku Hijau. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun 31,6% sisanya disebabkan oleh faktor lain yang mungkin memengaruhi Kesadaran, Minat, dan Perilaku Hijau, namun tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pengujian parsial yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan temuan terkait besaran pengaruh tiap-tiap variabel. Temuan ini sekaligus memberikan jawaban atas tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Berikut adalah kesimpulan dari hasil uji parsial dari tiap variabel yang telah diuji:

1. Variabel kesadaran hijau memberikan kontribusi sebesar 56,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa konten Instagram yang berfokus pada isu keberlanjutan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kesadaran hijau mahasiswa
2. Variabel minat hijau menunjukkan kontribusi sebesar 57,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa konten Instagram tentang keberlanjutan secara signifikan memengaruhi minat hijau mahasiswa
3. Variabel perilaku hijau memiliki kontribusi sebesar 64,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa konten Instagram mengenai keberlanjutan secara signifikan memengaruhi perilaku hijau mahasiswa

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian seperti fokus penelitian ini hanya berfokus pada konten keberlanjutan pada Instagram @universitasmultimedianusantara, belum mengeksplorasi konten keberlanjutan pada platform media sosial lainnya. Kemudian dalam segi konten juga bisa di eksplorasi mengenai konten lainnya diluar konten keberlanjutan. Selain itu indikator pada variabel konten Instagram di eskplorasi menggunakan teori strategi pesan dari duncan think-feel-do. Untuk penelitian selanjutnya dapat memakai teori lainnya atau memperdalam kembali strategi pesan dari Duncan ini.

Keterbatasan penelitian ini juga tidak ada pengkategorian dalam konten Instagram tentang keberlanjutan, untuk penelitian selanjutnya perlu untuk mengkategorikan konten keberlanjutan yang ada di UMN, dan dapat diselaraskan juga menggunakan strategi pesan dari Duncan.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa yang sedang melakukan penelitian ilmu komunikasi khususnya di konsentrasi marketing communications dengan topik penelitian konten Instagram tentang keberlanjutan terhadap respon sikap seperti kesadaran hijau, minat hijau dan perilaku hijau. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian pada platform media sosial lainnya, karena setiap platform media sosial seperti TikTok, X, Youtube atau Facebook memiliki karakteristik audiens dan pendekatan interaksi kepada audiens yang berbeda. Dengan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh konten pada platform media sosial, pada akhirnya mengetahui bagaimana perubahan sikap seperti kesadaran hijau, minat hijau dan Perilaku Hijau yang ada pada audiens. Penelitian selanjutnya bisa memakai penelitian eksperimen.

5.3.2 Saran Praktis

Penelitian selanjutnya dapat membantu institusi pendidikan tinggi UMN, untuk mengoptimalkan konten yang memiliki pesan keberlanjutan dengan format paling efektif di media sosial. Misalnya, format seperti video pendek, infografik, atau cerita (*stories*) di Instagram yang diisi dengan konten tren dan sentimen audiens. Objectivenya adalah untuk melihat apakah dari pengoptimalan konten yang memiliki pesan keberlanjutan serta dikemas dengan format terbaik, berpengaruh kepada keputusan sikap dari kesadaran hijau, minat hijau dan perilaku hijau yang audiens putuskan. Penelitian selanjutnya dapat memakai platform media sosial lain, seperti TikTok, Facebook, X atau YouTube, dalam menyampaikan pesan keberlanjutan. Hal ini dapat membantu UMN dalam memperluas jangkauan kampanye keberlanjutan di berbagai platform. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel perilaku menunjukkan pengaruh yang paling signifikan, di mana data menunjukkan bahwa konten Instagram UMN memiliki dampak terhadap perilaku mahasiswa. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa ke depannya konten terkait keberlanjutan harus diteruskan serta ditingkatkan, supaya jumlah mahasiswa yang memiliki kesadaran hijau, minat hijau dan perilaku hijau semakin naik.

