

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1.Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara terpaan informasi edukasi keuangan di akun instagram @pritaghozie terhadap literasi keuangan generasi Z (studi pada pengikut akun instagram @pritaghozie). Adapun hasil kesimpulan penelitian berdasarkan pengujian dan referensi sebelumnya, sebagai berikut:

1. Variabel frekuensi terpaan informasi edukasi keuangan akun instagram @pritaghozie tidak berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan. Dengan demikian, tinggi rendahnya frekuensi, tidak mempengaruhi tinggi rendahnya literasi keuangan generasi Z pengikut akun instagram @pritaghozie. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Variabel durasi terpaan informasi edukasi keuangan akun instagram @pritaghozie tidak berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan. Dengan demikian, tinggi rendahnya durasi, tidak mempengaruhi tinggi rendahnya literasi keuangan generasi Z pengikut akun instagram @pritaghozie. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Variabel atensi terpaan informasi edukasi keuangan akun instagram @pritaghozie berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Dengan demikian, semakin tinggi atensi, maka semakin tinggi literasi keuangan generasi Z pengikut akun instagram @pritaghozie. Dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **5.2.Implikasi**

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka terpaan informasi edukasi keuangan memiliki pengaruh terhadap literasi keuangan. Pada bagian ini peneliti menjabarkan implikasi teoritis dan implikasi praktis di bawah ini:

### 5.2.1. Implikasi Teoritis

1. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) bahwa pesan yang disampaikan dapat mengakibatkan efek atau perubahan khalayak. (Effendy, 2000, hlm 250). Stimulus (S) yaitu pesan yang ingin kepada komunikan. Organism (O) penerima pesan atau stimulus tersebut. Response (R) adalah dampak yang dialami dari pemberian pesan. Penelitian ini memperkuat asumsi teori S-O-R ditandai dengan 43,3% responden terpengaruh oleh terpaan informasi edukasi keuangan.
2. Penelitian ini dapat memperkuat penelitian dalam topik serupa (Angelina, 2021) yang mengkaji mengenai pengaruh media sosial terhadap dampak bagi penggunaannya terhadap pengetahuan, sikap terkait keuangan seseorang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator terpaan frekuensi, durasi, atensi, dapat mempengaruhi literasi keuangan.
3. Penelitian ini dapat memperkuat penelitian Safitri dan Dewa (2022) terkait analisis literasi keuangan di media sosial instagram terhadap pengelolaan keuangan generasi Z. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini dikarenakan generasi Z yang cenderung melek teknologi. Dengan demikian, hal ini membuktikan ungkapan Mc Quail (dalam Kholisoh, 2018) bahwa paparan media dapat memberikan dampak bagi khalayak.

### 5.2.2. Implikasi Praktis

1. Frekuensi terpaan informasi edukasi keuangan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan (Y). Dengan demikian, dapat diperbaiki dengan meningkatkan konten edukasi keuangan dengan memperhatikan informasi yang disampaikan dan penunjang lainnya. Agar khalayak dapat lebih sering mengakses media, mengkonsumsi isi pesan, hingga melakukan interaksi di media tersebut.

2. Durasi terpaan informasi edukasi keuangan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan (Y). Dengan demikian, dapat diperbaiki dengan meningkatkan konten edukasi keuangan dengan memperhatikan informasi yang disampaikan dan penunjang lainnya. Agar khalayak dapat lebih lama mengakses media dan mengonsumsi isi pesan yang ingin disampaikan.
3. Atensi terpaan informasi edukasi keuangan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap literasi keuangan (Y). Oleh karena itu, pembuat pesan atau konten diharapkan mempertahankan atau bahkan meningkatkan konten edukasi keuangan dengan memperhatikan berbagai aspek seperti pesan atau informasi yang termuat di media, tampilan konten media. Hal ini bertujuan agar khalayak dapat tertarik dan menaruh fokus perhatian pada informasi edukasi yang ingin disampaikan.

### **5.3.Rekomendasi**

1. Untuk Prita Hapsari Ghozie atau pemilik akun @pritaghozie  
Peneliti berharap Prita Ghozie tetap memberikan konten edukasi keuangan bagi pengikutnya, sehingga pengikutnya memiliki pengetahuan mengenai keuangan dan juga mengetahui bagaimana langkah baik yang harus dilakukan dalam pengelolaan keuangan. Namun, Prita Ghozie perlu meningkatkan konten edukasi keuangan dengan penyampaian yang inovatif agar dapat menarik perhatian khalayak lebih banyak.
2. Untuk Akademisi  
Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih luas dan mendalam. Tidak hanya itu, peneliti selanjutnya pun dapat mempertimbangkan penggunaan indikator lainnya. Sehingga, dapat menghasilkan data yang lebih luas dengan indikator yang beragam.
3. Untuk Pengikut Akun Instagram @pritaghozie  
Meskipun saat ini konten di akun instagram @pritaghozie terbilang positif dan meningkatkan literasi keuangan pengikut khususnya generasi Z. Namun, diharapkan pengikut akun instagram tetap dapat memilah informasi mengenai keuangan sesuai dengan kondisi dan situasi masing-masing. Hal ini sebagai bentuk pencegahan apabila konten edukasi

keuangan di akun instagram @pritaghozie terdapat rekomendasi yang tidak sesuai dengan kondisi kita. Maka tidak akan menyebabkan kerugian.