

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan mengenai “Pengaruh Kampanye Literasi Digital Nasional Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)” dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, ditemukan bahwa:

1. Hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa variabel isi pesan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat literasi digital pada remaja di wilayah Jawa Barat. Artinya, semakin kuat pengaruh isi pesan yang disampaikan, semakin tinggi minat literasi digital remaja di Jawa Barat. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel struktur pesan (X2) berperan secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik struktur pesan kampanye, semakin tinggi pula minat remaja di Jawa Barat terhadap literasi digital. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua diterima.
3. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kampanye (X) berperan secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Berdasarkan uraian dua poin sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memberikan hasil bahwa pengaruh kampanye Literasi Digital Nasional dengan sub variabel isi pesan dan struktur pesan dalam mempengaruhi minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Adapun hasil pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen ini menghasilkan arah pengaruh yang positif dan signifikan.

5.2 Implikasi

Mengacu pada simpulan yang telah diuraikan, tampak bahwa kampanye Literasi Digital Nasional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat literasi digital remaja di Jawa Barat. Karena itu, temuan dari penelitian ini memiliki potensi untuk diimplementasikan dalam sektor pendidikan, terutama dalam konteks komunikasi persuasif, baik dalam aspek teoritis maupun praktis.

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini mendukung teori yang digunakan, yakni teori *Elaboration Likelihood Theory* atau teori Kemungkinan Elaborasi. Penelitian yang dilakukan menunjukkan temuan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari paparan pesan persuasif yakni kampanye Literasi Digital terhadap perubahan sikap yakni minat literasi digital. Hal tersebut dikarenakan proses pengelolaan pesan persuasif yang dilakukan oleh responden. Di mana mayoritas responden diprediksi menggunakan rute sentral dalam proses pengelolaan pesan dengan berfokus pada fakta dan argumentasi sehingga menghasilkan perubahan sikap yakni minat literasi digital yang positif dan permanen.
2. Pada penelitian “Pengaruh Kampanye Literasi Digital Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)” menunjukkan hasil adanya pengaruh kampanye terhadap minat literasi digital. Hal tersebut pun membuktikan teori *Elaboration Likelihood*, di mana proses pengelolaan pesan dalam mengubah sikap, perilaku, dan motivasi, yang berdasarkan pada rute pengelolaan pesan yang dilakukan oleh masing-masing individu.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kampanye Literasi Digital ini dapat memberikan perubahan atau mempengaruhi minat literasi digital terhadap audiensnya. Oleh karena itu, hal ini mengandung implikasi agar kedepannya, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) sebagai penyelenggara kampanye Literasi Digital Nasional untuk tetap mempertahankan atau bahkan dapat meningkatkan

kampanye tersebut sehingga dapat terus membentuk serta meningkatkan minat literasi digital pada setiap target audiens kampanyenya.

2. Remaja yang menjadi target sasaran sudah memahami isi dari materi pendukung, visualisasi pesan, isi negatif atau positif, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, pendekatan kelompok rujukan, serta pendekatan kreativitas atau humor pada kampanye Literasi Digital Nasional yang berdampak pada perubahan minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Sehingga implikasi untuk kedepannya, pelaksana kampanye untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas isi pesan kampanye yang meliputi visualisasi pesan, materi pendukung, isi pesan negatif/positif, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, pendekatan kelompok rujukan, dan kreativitas atau humor.
3. Remaja yang menjadi target sasaran sudah memahami struktur dari sisi pesan, susunan penyajian, dan pernyataan kesimpulan pada kampanye Literasi Digital Nasional yang berdampak pada perubahan minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Sehingga implikasi untuk kedepannya, pelaksana kampanye untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas struktur pesan kampanye yang meliputi sisi pesan, struktur pesan, dan pernyataan kesimpulan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah dilakukan, sangat diakui bahwa penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Hal ini disebabkan oleh beberapa isu di lapangan yang belum diberikan jawaban yang komprehensif. Meskipun begitu, penelitian ini dapat memberikan saran berharga bagi berbagai pihak yang terlibat dalam topik yang diteliti.

1. Rekomendasi bagi Akademis

Penelitian “Kampanye Literasi Digital Nasional Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)” tentunya masih memiliki banyak kekurangan. Jika ada akademisi yang tertarik untuk menggali topik ini lebih lanjut, langkah selanjutnya dapat melibatkan pemanfaatan teori ataupun model yang berbeda dan menghadirkan faktor-faktor lain di luar konsep kampanye Literasi Digital Nasional. Selain itu

pula dapat mempersempit area penelitian dan meningkatkan jumlah sampel penelitian. Sehingga dimensi yang diukur padat lebih bervariasi hingga dapat lebih merincikan pengaruh dan hubungan variabel yang diteliti dan menghasilkan penelitian yang lebih representatif.

2. Rekomendasi bagi Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo)

Kominfo sebagai penyelenggara Kampanye Literasi Digital diharapkan dapat mempertahankan kampanye ini secara berkelanjutan dan mengevaluasi serta mengembangkan kembali pelaksanaan kampanye. Kemudian hadirnya media sosial pun harap dimanfaatkan dengan sangat baik sebagai media kampanye karena sebagian responden banyak pula yang mendapatkan pesan dari media sosial. Kemudian, diharapkan kominfo dapat lebih menyesuaikan isi struktur pesan sesuai dengan target audiensnya.

3. Rekomendasi bagi Remaja di Jawa Barat

Hadirnya kampanye Literasi Digital Nasional diharapkan dapat disimak dengan baik setiap pesan kampanye yang ada. Dikarenakan dengan begitu maka dapat lebih mudah untuk meningkatkan kesadaran yang akhirnya dapat membentuk minat literasi digital.