

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @kitabisacom memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan berdonasi di platform Kitabisa.com, khususnya variabel media sosial Instagram @kitabisacom (X) memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pilihan untuk berdonasi dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pengaruh media sosial Instagram.
2. Persamaan regresi $Y = 12,146 + 0,446X$ memiliki koefisien korelasi sebesar 0,542, yang menunjukkan hubungan moderat antara kedua variabel, menurut data. Pada 0,294, atau 29,4%, peran pengaruh signifikan, sedangkan variabel lain menyumbang 70,6% sisanya. Dalam pengujian hipotesis, nilai t hitung (7,125) lebih besar daripada nilai t tabel (221). Hal ini membuktikan bahwa akun Instagram @kitabisacom secara signifikan memengaruhi pilihan untuk beriklan di platform Kitabisa.com, sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Adapun terdapat pengaruh yang signifikan media sosial instagram @kitabisacom terhadap Keputusan Masyarakat Berdonasi di Platform Kitabisa.com sedangkan Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($56.769 > 2.700$).

5.2 Implikasi

Implikasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Implikasi Teoretis

Dengan menggunakan motivasi, kepercayaan, dan keterlibatan, media sosial Instagram yang baik (@kitabisacom) dapat memengaruhi pilihan untuk memberi di platform Kitabisa.com.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi Kitabisa.com. dengan memperhatikan kampanye di media sosial intagram @kitabisacom dapat fokus pada pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk meningkatkan pengaruh positif terhadap keputusan berdonasi di Platform Kitabisa.com.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pemilik Akun Instagram @kitabisacom

Nilai mean terendah adalah nomor 5 (satu) yaitu “Setelah saya membaca kutipan postingan di Instagram @kitabisacom, saya tertarik untuk mengetahui informasi donasi lebih lanjut.” dimana hanya mencapai score sebesar 4,31. Untuk lebih baik lagi maka, Untuk meningkatkan minat pembaca terhadap informasi donasi, pertimbangkan untuk mengembangkan narasi yang lebih kuat dan menarik. Gunakan kata-kata yang inspiratif dan emosional, serta sertakan cerita-cerita nyata tentang bagaimana donasi telah memberikan dampak positif. Dengan cara ini dapat lebih menghubungkan pembaca dengan tujuan donasi dan mendorong mereka untuk ingin mengetahui lebih lanjut.

2. Bagi Pemilik Platform Kitabisa.com

Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com terdapat pernyataan yang paling lemah pada nomor 26 yaitu “Saya memutuskan untuk berdonasi pada platform donasi kitabisa.com setelah melihat unggahan pada Instagram @kitabisacom.” dimana hanya mencapai score sebesar 3,62.

Untuk lebih baik lagi Ajak komunitas atau kelompok-kelompok tertentu untuk berpartisipasi dalam kampanye donasi bersama. Dengan bekerja sama dengan organisasi atau individu yang memiliki basis pengikut yang kuat dapat memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan partisipasi.

3. Bagi Kemenkominfo

Banyak masyarakat yang membutuhkan donasi. Maka dari itu, peneliti merekomendasikan kepada Kemkominfo supaya dapat memfilter konten media sosial yang tidak pantas dan memilih konten sosial media yang lebih bermanfaat bagi masyarakat.

4. Bagi Pengguna Sosial Media Instagram

Lebih bijak lah dalam memilah, memilih, dan membuat konten. Karena masih banyak orang yang lebih membutuhkan sumber informasi yang bermanfaat.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Semoga Penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti yang ingin melanjutkan bahasan terkait dengan penelitian ini. Sehingga dapat memperdalam kajian yang belum terkaji oleh peneliti.