

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bagian ini akan membahas mengenai kesimpulan yang didapat oleh peneliti, implikasi serta rekomendasi untuk penelitian berikutnya. Kesimpulan, implikasi, serta rekomendasi yang ditulis pada bab ini berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti.

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Konten Desain Grafis Akun Instagram @studiodjiwa Terhadap *Self Esteem* (studi kuasi eksperimen pada Perempuan Generasi Z). Sampel pada penelitian ini yaitu 40 orang responden dan dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, sehingga setiap kelompok memiliki jumlah 20 orang responden. Peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan dari temuan dan hasil analisis yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

Pada tahap pre-test, kelompok eksperimen sebelum diberikan perlakuan konten desain grafis menghasilkan rata-rata nilai sebesar 56 dan jika diklasifikasikan termasuk pada kategori sedang. Pada tahap post-test, kelompok eksperimen setelah diberikan perlakuan konten desain grafis menghasilkan rata-rata nilai sebesar 72 maka termasuk ke dalam kategori sedang. Hasil analisis hipotesis yang dilakukan menggunakan teknik uji *paired sample t-test* terhadap tingkat *self esteem* kelompok eksperimen memperlihatkan bahwa nilai sig (2-tailed) sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, yang menunjukkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Maka, pemberian perlakuan berupa konten desain grafis @studiodjiwa menyebabkan adanya peningkatan *self-esteem* perempuan generasi z pada kelompok eksperimen.

1. Berdasarkan hasil temuan yang didapat, peneliti menyimpulkan bahwa pemberian *treatment* yang dilakukan oleh peneliti dapat meningkatkan *self-esteem* pada kelompok eksperimen. Dilihat dari peningkatan hasil *post-test* setelah diberikan perlakuan terdapat peningkatan dan juga diperkuat dengan hasil signifikansi uji *paired sample t-test*.

2. Kelompok kontrol yang tidak diberikan perlakuan mendapatkan nilai rata-rata pada *pre-test* sebesar 53 sedangkan pada *post-test* memperoleh nilai rata-rata sebesar 52. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sedang. Pada kelompok kontrol juga dilakukan uji *paired sample t-test* untuk mengetahui apakah ditemukan peningkatan *self-esteem*. Hasil signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0.452 nilai ini lebih besar dari 0.05, maka hipotesis yang diterima yaitu  $H_0$ . Dapat disimpulkan bahwa hasil menunjukkan *self-esteem* tidak berubah antara sebelum dan sesudah pemberian satu buah foto *motivation quotes*. Artinya, satu buah foto *motivation quotes* tidak dapat membantu meningkatkan *self-esteem* di kalangan generasi z berjenis kelamin perempuan.
3. Analisis hipotesis dengan teknik *independent sample t-test* yang digunakan untuk mengukur *self-esteem* perempuan generasi z baik dalam kelompok kontrol maupun kelompok eksperimen menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai ini lebih kecil dari 0.05. Hal ini membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada *self-esteem* perempuan generasi z yang diberikan lima konten desain grafis dan yang hanya diberikan satu foto *motivation quotes*.

## 5.2 Implikasi

Implikasi penelitian membantu pembaca memahami dampak dan relevansi hasil dalam konteks lebih luas. Pemberian konten desain grafis @studiodjiwa terbukti meningkatkan *self-esteem* perempuan generasi z, kesimpulan ini diambil dari hasil temuan yang sudah dijelaskan sebelumnya. Maka hasil temuan ini dapat diterapkan secara teoritis dan praktis.

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Studi menunjukkan bahwa konten desain grafis pada akun Instagram @studiodjiwa meningkatkan *self-esteem* perempuan generasi Z. Teori S-O-R menyatakan bahwa ketika suatu stimulus diberikan, komunikator memiliki reaksi atau tanggapan yang berkaitan dengan stimulus tersebut. Reaksi atau tanggapan komunikator menyebabkan perubahan sikap atau reaksi tertentu, sehingga teori ini sesuai untuk penelitian ini.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok eksperimen mengalami perubahan *self-esteem* setelah pemberian *treatment*. Ini menunjukkan bahwa konten desain grafis akun efektif meningkatkan *self-esteem* generasi z berjenis kelamin perempuan. Perbedaan nilai rata-rata yang didapat dari kedua kelompok juga membuktikan bahwa pemberian *treatment* efektif untuk meningkatkan *self-esteem* responden.
2. Pada kelompok kontrol tidak ditemukan perubahan pada nilai rata-rata responden baik pada *pre-test* maupun *post-test*, artinya tidak ada peningkatan *self-esteem* pada kelompok ini. Hal ini dikarenakan pada kelompok kontrol tidak diberikan *treatment* berupa konten desain grafis. Maka berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa pemberian perlakuan konten desain grafis dapat meningkatkan *self-esteem* generasi z berjenis kelamin perempuan

### 5.3 Rekomendasi

Peneliti berharap bahwa studi ini dapat berguna untuk masa depan sehingga peneliti memiliki catatan rekomendasi yang dapat dimanfaatkan untuk perbaikan dan acuan studi berikutnya, adapun rekomendasi yang dapat peneliti berikan:

#### 1. Perempuan pengguna aktif *Instagram*

Bagi sebagian orang, *Instagram* dapat menjadi penyebab *self-esteem* mereka turun dikarenakan seringkali *Instagram* dijadikan wadah untuk *sharing* atau menunjukkan pencapaian yang berhasil diraih oleh penggunanya. Oleh karena itu pengguna *Instagram* khususnya perempuan perlu memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang media sosial untuk memanfaatkan dampak positifnya. Pengguna *Instagram* juga harus bisa menangani informasi yang mereka terima dengan lebih bijak, agar informasi yang diterima dapat berdampak positif pada diri mereka sendiri.

#### 2. Akun *Instagram* @studiodjiwa

Penelitian ini membuktikan bahwa konten desain grafis pada akun *Instagram* @studiodjiwa dapat meningkatkan *self-esteem* pada Generasi z berjenis kelamin perempuan, maka peneliti merekomendasikan agar

akun *Instagram* ini dapat konsisten memposting konten desain grafis yang berisi motivasi atau afirmasi positif, selain itu akun @studiodjiwa dapat memperluas penyebaran informasi dengan menggunakan berbagai *platform* lainnya. Meski begitu akun @studiodjiwa dapat terus menyajikan konten desain grafis yang menarik dan mudah dipahami.

### **3. Peneliti Selanjutnya**

Peneliti berhasil membuktikan adanya peningkatan *self-esteem* setelah diberikan perlakuan khusus berupa konten desain grafis. Meskipun begitu, pada studi ini masih memiliki banyak kelemahan yang dapat dijadikan acuan untuk peneliti berikutnya seperti kurangnya literatur, teknis pelaksanaan penelitian, hingga pemilihan sampel. Studi selanjutnya mampu menguji aspek lain yang dapat mempengaruhi peningkatan *self-esteem* dan juga menguji apakah konten desain grafis dapat mempengaruhi perubahan sikap yang lainnya. Pemilihan subjek dan objek penelitian juga dapat dikembangkan dan diperluas kembali.