

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Terpaan Konten *Childfree* pada Instagram @Gitasav terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa (Studi Korelasi Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Gitasav di Kota Bandung) dengan jumlah responden sebanyak 232 orang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kognitif pesan konten *childfree* mempunyai pengaruh yang kuat pada pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Aspek kognitif konten *childfree* mempunyai pengaruh yang bersifat negatif terhadap pengambilan keputusan yang menjadikan bahwa semakin tinggi kognitif konten *childfree* maka akan semakin rendah pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima.
2. Afektif pesan konten *childfree* memiliki pengaruh yang sangat kuat pada pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Aspek afektif konten *childfree* memiliki pengaruh yang bersifat positif terhadap pengambilan keputusan, hal ini menjadikan bahwa semakin tinggi afektif konten *childfree* maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Konatif pesan konten *childfree* memiliki pengaruh yang sangat kuat pada pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Aspek konatif konten *childfree* memiliki pengaruh yang bersifat positif terhadap pengambilan keputusan, hal ini menjadikan bahwa semakin tinggi konatif konten *childfree* maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.

4. Faktor konten *childfree* (konten informatif) memberikan dampak positif terhadap pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree*. Hal ini menjadikan semakin tinggi tingkat konten *childfree* maka semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusan. Sehingga, kesimpulan yang bisa diambil adalah H_a diterima dan H_0 ditolak.

5.2. Implikasi

Mengacu pada kesimpulan yang telah dipaparkan pada bagian 5.1. diatas, diketahui bahwa pengaruh konten *childfree* pada akun Instagram @Gitasav berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa/i. Dimana hasil penelitian tersebut dapat diaplikasikan baik secara teori maupun secara praktis

5.2.1. Implikasi Teoritis

1. Pengaruh antara efek kognitif konten *childfree* terhadap pengambilan keputusan disetujui oleh penelitian Neal & Neal yang menjelaskan sejauh mana pengaruh kognitif pesan konten *childfree* terhadap pengambilan keputusan, dimana meskipun *childfree* merupakan hal yang lazim di Amerika sejak dahulu, namun pesan konten *childfree* yang dilakukan masih menuai pro dan kontra sampai saat ini karena perbedaan cara dan sudut pandang dalam berpikir.
2. Pengaruh antara efek afektif dengan pengambilan keputusan disetujui oleh penelitian Agatha yang menjelaskan sejauh mana pengaruh positif efek afektif dalam pesan konten *childfree* terhadap pengambilan keputusan dalam menyuarakan dan meyakinkan bahwa *childfree* bukanlah hal yang buruk sehingga mereka (lingkungan sosial) dapat menerima orang dengan prinsip *childfree*.
3. Pengaruh antara efek konatif dengan pengambilan keputusan disetujui oleh penelitian Koropecky-Cox, et.al. yang menjelaskan sejauh mana pengaruh positif efek konatif pesan konten *childfree* terhadap pengambilan keputusan dalam memutuskan menjadi

seorang *childfree*, meskipun stereotip negatif terus terjadi namun penerimaan sosial terus meningkat sehingga orang makin terdorong untuk menjadi seorang *childfree*.

4. Peneliti memperkuat konsep penelitian Hidayat yang menjelaskan bahwa intuisi, rasional, pengalaman, fakta, dan wewenang merupakan alasan seseorang dalam mengambil keputusan. Kemudian peneliti juga memperkuat konsep penelitian Indah & Zuhdi dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa sebanyak 60% generasi milenial mendukung gerakan *childfree* dengan dalih hal itu merupakan pilihan dan hak asasi setiap individu. Selain itu pengaruh antara konten *childfree* dengan pengambilan keputusan selaras dengan penelitian yang dikemukakan oleh Effendy mengenai teori S-O-R yang menjelaskan bahwa respon baik terhadap stimulus yang diberikan oleh organisme akan sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator.

5.2.2. Implikasi Praktis

1. Diharapkan pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree* yang berdasar pada efek kognitif konten *childfree* @Gitasav tidak terlalu mudah terjadi, karena pada dasarnya untuk mengambil sebuah keputusan diperlukan kematangan dalam berpikir dan pengkajian yang lebih dalam mengenai hal tersebut.
2. Diharapkan pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree* yang berdasar pada efek afektif konten *childfree* @Gitasav sudah melalui proses dukungan psikologis, kondisi lingkungan sekitar, dan kesadaran emosional yang stabil.
3. Diharapkan pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree* yang berdasar pada efek konatif konten *childfree* @Gitasav sudah memikirkan efek jangka panjang yang meliputi penerimaan sosial dan penerimaan dalam keluarga.
4. Diharapkan konten *childfree* pada Instagram @Gitasav lebih memperhatikan sisi informasi dan edukasi yang berkelanjutan bagi

masyarakat agar pengambilan keputusan menjadi seorang *childfree* dapat lebih terarah dan tepat sasaran.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan pada hasil penelitian, peneliti akan menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk Gita Savitri Devi

Untuk Gitasav, peneliti berharap ketika membuat konten *childfree* informasi yang dimuat sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak, agar dapat dipahami dengan baik karena berpengaruh pada pola berpikir dan pengambilan keputusan sehingga nantinya isi pesan akan tersampaikan dengan baik pula.

2. Untuk Masyarakat

Diharapkan masyarakat umum dapat menggali informasi lebih dalam mengenai isu *childfree* yang sedang marak terjadi di Indonesia. Agar tidak gegabah dan bijak dalam mengambil keputusan serta tetap berlandas pada 5 aspek pengambilan keputusan.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, khususnya terkait konten *childfree* terhadap pengambilan keputusan perlu dilakukan dengan pertimbangan variabel lain. Diharapkan mencari variabel terikat lain yang lebih luas sekaligus penelitian dapat dikembangkan menjadi lebih baik.