

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk membuktikan pengaruh signifikan antara variabel dependen, pesan kampanye prokes akun instagram @lawancovid19\_id terhadap variabel dependen, sikap patuh prokes *followers*-nya (Survei pada pengikut akun instagram @lawancovid19\_id). Melalui serangkaian hasil uji data dan referensi sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Melalui hasil pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan variabel isi pesan kampanye prokes akun instagram @lawancovid19\_id berpengaruh secara signifikan terhadap sikap patuh prokes setelah vaksin. Pengaruh dari isi pesan berada pada tingkat hubungan positif, dapat dimaknai semakin tinggi pengaruh isi pesan, maka semakin tinggi sikap patuh prokes. Sehingga hipotesis  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak.
2. Melalui hasil pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan variabel struktur pesan kampanye prokes akun instagram @lawancovid19\_id berpengaruh secara signifikan terhadap sikap patuh prokes setelah vaksin. Pengaruh dari struktur pesan berada pada tingkat hubungan positif, dapat dimaknai semakin tinggi pengaruh struktur pesan, maka semakin tinggi sikap patuh prokes. Sehingga hipotesis  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak.
3. Melalui hasil pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan variabel bingkai pesan kampanye prokes akun instagram @lawancovid19\_id berpengaruh secara signifikan terhadap sikap patuh prokes setelah vaksin. Pengaruh dari bingkai pesan berada pada tingkat hubungan positif, dapat dimaknai semakin tinggi pengaruh bingkai pesan, maka semakin tinggi sikap patuh prokes. Sehingga hipotesis  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak.
4. Melalui hasil pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pesan kampanye prokes akun instagram @lawancovid19\_id berpengaruh secara signifikan terhadap sikap patuh prokes setelah vaksin *followers*-nya. Melalui serangkaian uji hipotesis, hasil yang didapat membuktikan hipotesis

alternatif diterima. Pengaruh yang terjadi juga memiliki nilai positif, maka dimaknai semakin tinggi pengaruh pesan kampanye prokes, maka semakin tinggi juga sikap patuh prokes.

## **5.2 Implikasi**

Dari hasil penelitian ini kemudian dapat diaplikasikan pada media sosial Instagram baik secara teori maupun secara praktis pada pembuat strategi kampanye di Instagram.

### **5.2.1 Implikasi Teoretis**

1. Menurut Bandura (2001, hlm. 285) teori Pembelajaran Kognitif Sosial memberikan pemahaman pada efek media komunikasi dalam mempromosikan perubahan dengan memberi informasi, mempengaruhi, memotivasi, dan mengarahkan khalayak yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan khalayak untuk bersikap dan bertindak. Penelitian ini memperkuat asumsi teori tersebut dibuktikan dengan 59% responden terpengaruh oleh pesan kampanye prokes.
2. Penelitian ini memperkuat indikator tiga dimensi analisis pesan kampanye menurut LittleJohn & Foss (dalam Venus, 2019, hlm. 120) yang terdiri dari isi pesan, struktur pesan dan bingkai pesan. Pada penelitian ini, ketiga indikator memberikan korelasi positif pada sikap patuh prokes pasca vaksinasi.
3. Penelitian ini memperkuat penerapan model kampanye milik Ostergaard 2002 (dalam Venus, 2019, hlm. 29) yang menampilkan pengetahuan, sikap dan keterampilan sebagai prasyarat perubahan perilaku. Pada penelitian ini, indikator milik Ostergaard telah terpenuhi sebagai prasyarat perubahan perilaku yang akan terjadi.
4. Penelitian ini memperkuat penelitian Sirait dkk., (2018, hlm. 168) yang menyimpulkan kampanye melalui sosial media dapat mempengaruhi pengetahuan, kesadaran, motivasi, dan ketertarikan untuk melakukan suatu perubahan sikap. Ini sekaligus membuktikan pernyataan dari Gholami dkk., (2014, hlm. 6), mengenai kampanye kesehatan menggunakan media massa dapat meningkatkan pengetahuan, merangsang minat, memperbaiki sikap

dan mengubah perilaku. Pada penelitian ini, semua asumsi dan pernyataan tersebut adalah benar.

5. Penelitian ini memperkuat penelitian Wakefield dkk., (2010, hlm. 1261–1271) berjudul “Use Of Mass Media Campaigns To Change Health Behaviour”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kampanye kesehatan pada beberapa jenis permasalahan kesehatan seperti rokok, alkohol, penyakit jantung, keselamatan anak, dan lain-lain. Dalam konteks penelitian ini, media massanya adalah Instagram yang kemudian dapat melakukan hal serupa dalam perubahan sikap.

### **5.2.2 Implikasi Praktis**

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh yang kuat dari variabel isi pesan, oleh karenanya pembuat pesan diharapkan dapat meningkatkan kualitas isi pesan yang dibuat seperti lebih informatif, simpel, dan lebih menarik. Hal tersebut bertujuan agar khalayak lebih dapat memahami isi pesan yang disampaikan.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh dari variabel struktur pesan, oleh karenanya pembuat pesan diharapkan dapat menyusun struktur pesan sesuai dengan kebutuhan khalayaknya. Meskipun nilai korelasinya paling kecil, namun dapat ditingkatkan melalui perbaikan struktur pesan agar lebih sederhana dan menarik untuk dinikmati khalayak.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh dari variabel bingkai pesan, oleh karenanya pembuat pesan diharapkan dapat selalu memperhatikan isu terkini yang berkaitan dengan perkembangan pandemi Covid-19 dan prokes.

### **5.3 Rekomendasi**

Setelah penelitian dilakukan, peneliti memiliki beberapa rekomendasi berdasarkan hasil penelitian. Rekomendasi ini sekaligus merupakan tanggung jawab keilmuan yang perlu disampaikan pada pihak terkait. Pihak terkait dalam penelitian ini adalah untuk pemerintah selaku pengelola akun instagram *@lawancovid19\_id*, untuk akademisi dan untuk masyarakat.

1. Untuk Pemerintah

Pemerintah perlu memperhatikan sikap patuh prokes pada masyarakat, mengingat masih terjadi pelanggaran di ruang publik. Pemerintah perlu memaksimalkan seluruh media kampanye untuk menyampaikan pesan prokes pada masyarakat, baik secara daring maupun luring. Meskipun media daring tergolong lebih mudah diakses, namun keberadaan media luring merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari rangkaian kampanye.

## 2. Untuk Akademisi

Diharapkan pada penelitian selanjutnya, penelitian disarankan untuk memperhatikan media luring yang berasal dari spanduk, papan iklan, dan lain-lain. Penelitian juga dapat dikembangkan dengan menggunakan faktor dan indikator lain yang lebih beragam selain yang telah digunakan pada penelitian ini agar hasil data yang didapatkan lebih homogen dan lebih luas.

## 3. Untuk Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat lebih mematuhi prokes di ruang publik, keberadaan pandemi Covid-19 yang sudah mereda bukan menjadi alasan untuk abai pada prokes meskipun telah menerima vaksin. Menimbang banyaknya varian Covid-19 yang masih bermunculan, maka pandemi Covid-19 belum menunjukkan tanda akan berakhir. Oleh karenanya salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menjaga prokes. Kriteria prokes juga dapat berubah sewaktu-waktu menyesuaikan dengan keadaan, maka apabila diperlukan tindakan baru di kemudian hari maka masyarakat perlu selalu *update* terhadap cara menjaga prokes. Salah satunya adalah dengan selalu menyimak pesan kampanye prokes dengan baik.