

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari informasi kebijakan pemerintah yang dibagikan melalui media sosial terhadap perilaku masyarakat, khususnya pada kasus konten kebijakan kereta api antar kota di akun Instagram @kai121_ dan minat vaksinasi *booster followers*. Merujuk pada rangkaian penelitian yang telah dilakukan dengan melibatkan sebanyak 100 *followers* akun Instagram @kai121_ sebagai responden, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa sub variabel isi pesan sebagai X1 memiliki pengaruh yang positif terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Adapun korelasi dari keduanya masuk ke dalam kategori tinggi dengan hubungan yang positif. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa isi pesan yang ada pada konten kebijakan pemerintah yang diunggah di akun Instagram @kai121_ mampu mempengaruhi minat responden untuk melakukan vaksinasi *booster*.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa sub variabel struktur pesan sebagai X2 memiliki pengaruh yang positif terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Adapun korelasi dari keduanya masuk ke dalam kategori tinggi dengan hubungan yang positif. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa struktur pesan yang ada pada konten kebijakan pemerintah yang diunggah di akun Instagram @kai121_ mampu mempengaruhi minat responden untuk melakukan vaksinasi *booster*.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa sub variabel format pesan sebagai X3 memiliki korelasi terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Namun, struktur pesan dan minat vaksinasi *booster* memiliki hubungan yang negatif. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa format pesan yang ada pada konten kebijakan pemerintah yang diunggah di akun Instagram @kai121_ tidak terlalu signifikan dan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat responden untuk melakukan vaksinasi *booster*.
4. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa sub variabel sumber pesan sebagai X4 memiliki pengaruh yang paling positif terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Adapun korelasi dari keduanya masuk ke dalam kategori tinggi dengan hubungan yang positif. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa sumber pesan pada konten kebijakan pemerintah yang diunggah di akun Instagram @kai121_ mampu mempengaruhi minat responden untuk melakukan vaksinasi *booster*.
5. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel bebas yang meliputi isi pesan (X1), struktur pesan (X2), format pesan (X3), dan sumber pesan (X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Adapun persentase pengaruh yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat berada pada kategori sangat tinggi. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa konten kebijakan pemerintah yang diunggah di akun Instagram @kai121_ mampu mempengaruhi minat responden untuk melakukan vaksinasi *booster*.

5.2 Implikasi

Melihat dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan di atas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara umum. Dengan demikian, selanjutnya peneliti akan menguraikan implikasi teoritis dan implikasi praktis yang dapat diaplikasikan berkaitan dengan hasil penelitian tentang pengaruh informasi kebijakan pemerintah di media sosial dan perilaku masyarakat. Adapun implikasi teoritis dan implikasi praktis yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini bisa digunakan untuk melengkapi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cut Reyna Denata (2021) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan sedang antara terpaan postingan Instagram dan daya tarik iklan layanan masyarakat dan minat menggunakan vaksin.
2. Penelitian ini mampu memperkuat temuan penelitian yang dilakukan oleh Anggriani yang menemukan bahwa penggunaan media sosial untuk mempromosikan program kesehatan dapat berpengaruh baik dan mendorong partisipasi masyarakat.
3. Penelitian ini dapat memperkuat argumen yang dihasilkan penelitian Durhan dan Tahir (2021) yang menyatakan bahwa terpaan informasi seputar vaksin yang tinggi dapat mempengaruhi keyakinan masyarakat terhadap efektivitas dari vaksin tersebut.
4. Penelitian ini juga secara langsung telah membuktikan dan memperkuat teori Stimulus-Organisme-Respons (McQuail, 2010) yang dijadikan sebagai landasan teori di dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa stimulus yang diberikan mampu membuat komunikan berperilaku sesuai tujuan yang diharapkan komunikator. Adapun stimulus dalam penelitian ini berasal dari terpaan informasi kebijakan pemerintah di media sosial, tepatnya konten kebijakan kereta api antar kota di akun Instagram @kai121_ terhadap minat vaksinasi *booster* pengikut akun tersebut.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Penelitian yang telah dilakukan di atas menunjukkan hasil bahwa aspek isi pesan, struktur pesan, dan sumber pesan pada konten kebijakan kereta api antar kota telah berhasil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat vaksinasi *booster*. Hal yang perlu diperhatikan adalah aspek format pesan yang tidak memiliki pengaruh tinggi dan positif terhadap minat *booster*. Hasil ini bisa dijadikan acuan bagi para pemangku kepentingan untuk menjadikan aspek isi pesan, struktur pesan, dan sumber pesan pada konten di media sosial sebagai kunci utama dalam mempengaruhi perilaku masyarakat. Sementara itu, aspek format pesan perlu lebih ditingkatkan dan mendapatkan perhatian lebih agar mampu memberikan hasil sesuai yang diharapkan.
2. Secara umum, terpaan konten kebijakan pemerintah di akun Instagram @kai121_ mampu memberikan pengaruh yang tinggi atau signifikan terhadap minat vaksinasi *booster*. Dari hasil ini, bisa dikatakan bahwa konten tersebut telah efektif dalam meningkatkan minat masyarakat agar melakukan penyuntikan vaksin *booster* untuk melindungi diri mereka pada masa pandemi COVID-19 ini. Hal ini bisa diaplikasikan oleh akun-akun serupa, baik akun transportasi umum lain ataupun akun kesehatan dan sejenisnya, agar mengikuti jejak yang dilakukan oleh akun @kai121_ dalam menarik perhatian audiensnya sehingga audiens lebih tertarik dengan konten informasi kebijakan yang dibagikan.

5.3 Rekomendasi

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan melalui berbagai tahapan analisis, pengujian keabsahan data, hingga pengolahan data dan pengambilan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian pun telah sesuai dengan tujuan penelitian dan relevan dengan penelitian-penelitian terdahulu lain. Meski demikian, terdapat beberapa hal yang masih bisa dieksplorasi lebih dalam pada penelitian selanjutnya. Peneliti juga memiliki beberapa rekomendasi untuk pihak terkait sehubungan dengan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk

memberikan rekomendasi agar penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang lebih baik.

1. Untuk Peneliti atau Akademisi

Penelitian tentang pengaruh informasi kebijakan publik di media sosial terhadap perilaku masyarakat ini tentu masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Terlebih lagi, penelitian ini hanya berfokus pada kasus konten kebijakan pemerintah di akun Instagram @kai121_ dan minat vaksinasi *booster* saja. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dilakukan penelitian tentang informasi-informasi kebijakan pemerintah lain yang dibagikan atau disosialisasikan di media sosial, serta bagaimana dampak dari konten tersebut dalam mempengaruhi perilaku individu. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian-penelitian lain yang akan dilakukan di masa mendatang, terutama yang berhubungan dengan ranah Ilmu Komunikasi.

2. Untuk Pembuat Konten Informasi Kebijakan Pemerintah di Media Sosial

Strategi yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (KAI), selaku pihak yang terlibat akibat dibuatnya kebijakan pemerintah tentang vaksinasi *booster*, dalam mempromosikan dan menginformasikan isi kebijakan tersebut kepada publik melalui media massa bisa menjadi contoh untuk lembaga lain. Strategi tersebut bisa dinilai sebagai salah satu strategi manajemen isu yang dapat dilakukan oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan-kebijakan baru yang akan dibuat di masa mendatang. Dari penelitian di atas, dapat dijadikan catatan bahwa pembuat konten, baik pemerintah secara langsung maupun unit terkait, perlu memberi perhatian lebih terhadap format dari pesan atau konten yang akan dibagikan. Dalam hal ini, perlu dibuat konten yang bervariasi dan tidak terkesan kaku agar dapat lebih menarik perhatian audiens atau publik.

3. Untuk Pengguna Transportasi Umum, Khususnya Kereta Api

Transportasi umum memang bisa menjadi solusi bagi individu yang hendak bepergian, terutama ke wilayah yang jaraknya jauh dari tempat tinggal. Demi kenyamanan pribadi dan penumpang lain, para pengguna transportasi umum diharapkan dapat mematuhi peraturan atau kebijakan yang diberlakukan di transportasi tersebut. Sebab, kebijakan-kebijakan tersebut pada dasarnya dirancang dan dibuat untuk mengatur ketertiban dan keamanan para penumpang saat menggunakan layanan transportasi umum terkait. Dengan mematuhi kebijakan yang berlaku, pengalaman bepergian menggunakan transportasi umum akan terasa lebih nyaman dan menyenangkan, baik bagi individu tersebut maupun bagi penumpang atau pengguna lain yang ada di sekitarnya.