

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa: Pesan kampanye #kamuberharga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini ditunjukkan dengan uji signifikansi (uji F) dengan tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan signifikansinya 0,000. Akibatnya, hipotesis yang diajukan H_a diterima sedangkan hipotesis alternatif, H_0 , ditolak.

Terbukti bahwa pesan kampanye #kamuberharga memiliki dampak yang signifikan terhadap motivasi masyarakat untuk meningkatkan rasa percaya diri mereka (dengan margin 63,9%), dengan 36,1% lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini.

Berdasarkan hasil program SPSS 26 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi dari pengaruh pesan kampanye #KamuBerharga terhadap motivasi meningkatkan kepercayaan diri dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dengan total responden 300 orang adalah 0,799. Hal ini harus dibandingkan dengan nilai r_{tabel} ($df=n-2=300-2=298$) dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,113. Dengan demikian ($r_{hitung} (0,799) > r_{tabel} (0,113)$), maka H_0 ditolak. Yang artinya ada hubungan antara pesan kampanye #KamuBerharga terhadap motivasi meningkatkan kepercayaan diri dengan hubungan yang sangat kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menyelidiki faktor atau variabel lain yang diduga mempengaruhi motivasi untuk meningkatkan kepercayaan dirinya.

Pesan kampanye memiliki tiga dimensi yang diuji untuk melihat berapa besar dampak Pesan kampanye #kamuberharga terhadap motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri, dimana tiga dimensi tersebut memiliki nilai total yang berbeda beda, diharapkan angka sumbangan efektif dimensi pesan kampanye kamuberharga dapat dijadikan acuan untuk Rahasia Gadis., dimana Dimensi Struktur Pesan dalam penelitian ini dimensi yang memiliki sumbangan efektif paling kecil dengan nilai 11,3% yang dimana Struktur Pesan tidak begitu memiliki sumbangan efektif begitu besar dibanding dengan konten pesan dan Bahasa pesan yang memiliki sumbangan efektif 22,6% dan 30%. Maka dari itu disarankan untuk Komunitas serupa Rahasia Gadis dapat memilih struktur pesan yang menarik, baik dan sesuai dengan pesan pesan yang akan disampaikan, khususnya bagi para komunitas yang hendak membuat suatu kampanye. Disarankan kepada Komunitas lain untuk memanfaatkan penelitian ini agar membuat kampanye yang lebih menarik.