

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh opini publik terhadap kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan BBM Pertamina pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Tahun Akademik 2025/2026, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Opini Publik berada pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 90,3%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat paparan, perhatian, dan persepsi yang kuat terhadap isu BBM oplosan yang berkembang di media massa maupun media sosial. Mayoritas responden menilai bahwa informasi mengenai isu tersebut mudah diakses dan cenderung membentuk citra negatif terhadap Pertamina.
2. Variabel Kepercayaan Mahasiswa berada pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 64,5%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun isu BBM oplosan berkembang luas dan membentuk opini publik yang kuat, tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap Pertamina tetap berada pada tingkat yang relatif baik.
3. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,340 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara opini publik dan kepercayaan mahasiswa berada pada kategori rendah dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel.
4. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa opini publik berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,115 menunjukkan bahwa opini publik hanya memberikan kontribusi sebesar 11,5% terhadap variasi kepercayaan mahasiswa, sedangkan 88,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara opini publik terhadap kepercayaan mahasiswa diterima, dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Artinya, dalam konteks penelitian ini, opini publik terkait isu BBM oplosan **berpengaruh** secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan BBM Pertamina.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi PT Pertamina (Persero)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas komunikasi publik, khususnya dalam menghadapi isu atau krisis yang berkembang di media. Strategi komunikasi krisis yang responsif, transparan, dan berbasis data menjadi hal yang penting untuk mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat penyampaian informasi yang akurat dan konsisten guna mencegah terbentuknya persepsi negatif yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan.

### 2. Bagi Mahasiswa atau Masyarakat

Diharapkan mahasiswa dan masyarakat dapat bersikap lebih kritis dan selektif dalam menerima informasi yang berkembang di media massa maupun media sosial. Literasi media yang baik diperlukan agar opini yang terbentuk tidak hanya berdasarkan persepsi sepihak, tetapi melalui proses verifikasi dan evaluasi informasi secara rasional. Dengan demikian, pembentukan sikap kepercayaan terhadap suatu institusi dapat dilakukan secara objektif dan tidak semata-mata dipengaruhi oleh arus opini yang berkembang.

### 3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepercayaan, seperti pengalaman penggunaan produk, persepsi kualitas, kepuasan konsumen, loyalitas, atau faktor kebutuhan ekonomi. Selain itu, penelitian dapat menggunakan metode yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

