

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian tentang pengaruh kampanye “*Stop Asian Hate*” melalui Instagram @erigostore terhadap citra perusahaan. Dalam mengedukasi dan memberitahu soal isu perundungan, melalui analisis pengolahan data SPSS versi 25 dan menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Kampanye “*Stop Asian Hate*” melalui Instagram. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel kampanye (X) dapat disimpulkan bahwa, kampanye “*Stop Asian Hate*” berhasil membentuk dan mempengaruhi sikap bagi followers-nya. Kesimpulan ini dapat dilihat dari nilai rata rata jawaban responden pada variable ampanye (X) sebesar 3,66 yang artinya termasuk dalam kategori kuat atau tinggi.

1.1.2.1 Sikap followers pada kampanye “*Stop Asian Hate*” Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel sikap (Y) dapat disimpulkan bahwa, sikap followers dipengaruhi oleh kampanye “*Stop Asian Hate*” yang disampaikan melalui Instagram @erigostore. Kesimpulan ini dapat dilihat dari nilai rata = rata Jawaban responden pada variabel sikap (Y) sebesar 3,64 yang artinya Termasuk dalam kategori yang kuat atau tinggi

1.1.3 Seberapa besar pengaruh pengaruh kampanye “*Stop Asian Hate*” melalui Instagram @erigostore terhadap sikap followers dalam mengedukasi tentang isu perundungan. berdasarkan pengolahan data melalui SPSS Versi 25 dan penggunaan Teori-teori dalam penelitian ini yang bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh kampanye “*Stop Asian Hate*” melalui Instagram @erigostore citra perusahaan dalam edukasi soal isu perundungan. Dapat dilihat dari sebesar hasil statistik uji regresi linear sederhana diperoleh R square 0,560 yang artinya bahwa pengaruh kampanye “*Stop Asian Hate*” melalui Instagram @erigostore ternadap

citra perusahaan dalam memberitahu dana mengedukasi tentang bahayanya perundungan, dinilai cukup kuat atau sedang yaitu sebesar 56%. Sementara SIsanya sebesar 44% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Pada penelitian ini juga didapatkan hasil koefisien korelasi (R) sebesar 0,748 yang artinya berpengaruh positif dan kuat terhadap sikap followers.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan uji T. Syarat diterimanya hipotesis nilai T Hitung harus lebih besar dari Tabel. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan nilai I hitung 1,611 dengan dt atau derajat bebas yaitu $= 1002 = 98$.

Didapatkan nilai T tabel 0,1 60. Karena diperoleh nilai T hitung (10,820) > Ttabel (0,1 660) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut telah dibuktikan bahwa terdapat pengaruh kampanye "*Stop Asian Hate*" edukasi dan pencegahan soal isu perundungan. Berdasarkan hasil pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan followers Instagram @erigostore menganggap kampanye "*Stop Asian Hate*" yang telah dilakukan berhasil meningkatkan rasa ingin tahu pengetahuan serta memunculkan rasa simpati bagi setiap followers.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam penelitian beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Dari hasil rekapitulasi variabel (X) yaitu kampanye "*Stop Asian Hate*" membuat followers memberikan rasa simpati bahwa pentingnya kampanye "*Stop Asian Hate*". Maka dari itu dalam pelaksanaan kampanye ini agar bisa lebih kreatif yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan tindakan setelah melihat kampanye "*Stop Asian Hate*". Selain itu agar lebih diinformasikan untuk isu soal perundungan.

5.2.2 Nilai rekapitulasi variabel sikap (Y), karena kebanyakan orang yang hanya mengetahui namun tidak mengerti harus bertindak seperti apa. Untuk itu, selain mengunggah beberapa kampanye di Instagram yang lebih kreatif dan menarik, Erigo diharapkan mampu menginformasikan bagaimana cara mendukung kampanye "*Stop Asian Hate*".