

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan melalui analisis pengolahan data SPSS 25, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pesan kampanye #AdaApaDiSini yang ada di Instagram @Kemenparekraf.ri memiliki pesan kampanye dengan nilai yang cukup tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, pesan kampanye #AdaApaDiSini memiliki struktur pesan yang baik, konten yang dibagikan kredibel, pesan kampanye menonjolkan pariwisata Indonesia, bahasa yang digunakan cukup mempersuasi *followers*, dan pesan kampanye #AdaApaDiSini menghasilkan sebuah perasaan pada *followers*.
2. Citra Kemenparekraf mengenai pesan kampanye #AdaApaDiSini terbilang cukup tinggi. Terdapat empat proses pembentukan citra, yaitu persepsi, kognisi, motif, dan sikap. Berdasarkan hasil penelitian, *followers* memberikan persepsi yang baik perihal melaksanakan tugasnya sebagai Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang artinya Kemenparekraf benar menjalankan tugas dan fungsinya. *Followers* juga mengerti tujuan diadakannya kampanye #AdaApaDiSini oleh Kemenparekraf. Selain itu, *followers* memiliki keinginan yang tinggi untuk berpartisipasi dalam kampanye Kemenparekraf saat ini atau kampanye yang akan datang. Terakhir, *followers* melakukan suatu tindakan terhadap kampanye #AdaApaDiSini.
3. Pada hasil perhitungan yang telah dilakukan, menghasilkan adanya pengaruh antara pesan kampanye #AdaApaDiSini pada Instagram @Kemenparekraf.ri dengan citra Kemenparekraf. Hal tersebut didukung oleh hasil pengolahan data menggunakan perangkat SPSS 25, yaitu $t_{hitung} 7,150 > t_{tabel} 1,660$ yang berarti terdapat pengaruh antara pesan kampanye #AdaApaDiSini pada Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap citra Kemenparekraf. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa pesan kampanye

#AdaApaDiSini mempengaruhi citra Kemenparekraf sebesar 34,7% sementara sisanya 65,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, disarankan kepada Kemenparekraf untuk lebih memperhatikan dan mengevaluasi bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan. Disarankan untuk menyampaikan pesan secara eksplisit agar dapat mempengaruhi persepsi dan sikap publik. Selain itu, Kemenparekraf disarankan untuk membuat suatu aktivitas *digital* yang dapat meningkatkan keinginan *followers* untuk terus mengikuti perkembangan kampanye yang dibuat.

Saran lain dari penulis adalah untuk lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan *followers* yang dilihat dari komentar dan sediakan informasi tersebut di dalam kampanyenya. Lalu, diperhatikan juga pada profil Instagram mengenai waktu yang terbaik untuk mengunggah agar *engagement* nya maksimal.