

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas konten youtube @Gitasavitrivedi *episode:32* mengenai *childfree* terhadap opini penonton @Gitasavitrivedi. Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, pada variabel efektivitas konten dapat disimpulkan bahwa pada indikator kredibilitas responden percaya dan kagum dengan konten youtube Gita Savitri, terbukti dengan hasil *mean* dari kedua indikator tersebut masuk kategori efektivitas konten tinggi, namun responden memiliki ketertarikan dan kesamaan yang rendah dibandingkan dua indikator lainnya, hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden percaya dan kagum dengan konten Gita Savitri, belum tentu mereka akan tertarik atau memiliki kesamaan dengan jalan hidup *childfree* yang Gita dan suaminya pilih.

Kemudian ada variabel opini penonton ini cenderung memiliki hasil yang positif. Penonton cenderung setuju dengan konten Gita Savitri. Berdasarkan tiga indikator opini, yakni kognitif, afektif, maupun behavioral, rata-rata opini terbesar yaitu pada komponen kognitif. Namun meski pengetahuan dan rasa simpati tinggi, tidak menjamin tingkah laku yang positif dari responden. Melalui olah data, memang komponen behavioral masuk ke dalam kategori opini positif, namun apabila

dibandingkan dengan kedua komponen lainnya, komponen behavioral lah yang dapat dikatakan paling rendah.

Diketahui dari 100 responden terdapat 44 responden yang menilai efektivitas konten Gita Savitri rendah dan 59,1% beropini negatif. Kemudian sebanyak 56 responden menilai efektivitas konten Gita Savitri tinggi dan 91,1% beropini positif. Dengan nilai signifikan 0,0001 lebih kecil dari 0,05 artinya hubungan antara efektivitas konten dengan opini dinyatakan signifikan.

Kemudian diketahui dari 100 responden terdapat 23 responden berjenis kelamin pria dan 77 responden berjenis kelamin wanita. Pada identitas usia responden diketahui bahwa pada mayoritas responden berusia 15-24 tahun. Mayoritas pria maupun wanita sama-sama menilai efektivitas konten Gita Savitri tinggi dan mayoritas wanita beropini positif. Maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin wanita dengan usia 15-24 tahun memiliki efektivitas konten yang tinggi dan opini yang positif.

Menurut Setiawan & Pakeh dalam (Kaharmudzakir et al., 2022) Salah satu manfaat dari media sosial ialah untuk berekspresi. Hasil dari ekspresi tersebut akan membentuk sebuah opini. Ketika konten dinilai bermanfaat, maka pengikut akan memberikan komentar dan opini yang positif.

## **V.2 Saran**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Konten @Gitasavitrivevi Episode:32 Mengenai Childfree Terhadap Opini Penonton @Gitasavitrivevi”

Harapannya, penelitian ini berguna sebagai landasan penelitian dalam bidang opini publik. Namun, perlu diketahui bahwa keterbatasan penelitian ini terletak pada identitas responden yang tidak sepenuhnya terperinci, termasuk pertanyaan terkait agama, status, dan lainnya.

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi youtube @Gitasavitridevi dikarenakan dari penelitian ini terlihat tanggapan dari penonton, apa yang disukai dan tidak disukai penonton konten ini guna untuk mengembangkan konten @Gitasavitridevi.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- AP, S. (2017). *Komunikasi Politik*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Dewi, I. C. (2015). *Pengantar Psikologi Media* . Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Eriyanto. (2018). *Media dan Opini Publik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Helianthusonfri, J. (2021). *10 Juta Pertama Dari Youtube* . Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hidayat, F. (2017). Bingkai Budaya Televisi. In *Kommaspedia* (pp. 29–79). Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn W. Stephen, & Foss A. Karen. (2014). *Teori Komunikasi* . Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT.RAJAGRAFINDO.
- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Qodari Laelatul, I. (2017). Menangkal Berita Hoax Berita . In *Kommaspedia* (p. 29). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rahmatullah, A. (2018). Youtube atau Televisi? In *Harmoni Media dan Teknologi* (p. 230). Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salawatu, A. S. (2018). Pengaruh isu-isu di Media Sosial terhadap perspektif Mahasiswa. In *Harmodi Media dan Teknologi* (p. 4). Malang: Universitas Muhammadiyah .
- Sayidah, N. (2018). *Metodologi Penelitian* . Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bnadung: Alfabeta.

Sujarweni, W. (2023). *SPSS Untuk Penelitian* (Florent, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tunggono, V. (2021). *Childfree & Happy*. Yogyakarta: Buku Mojok Group.

## JURNAL

Chyntia, P., & Rahmadanita, S. (2021). Pengaruh Konten Instagram Story Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Zodiak (Studi Kasus Pengikut Instagram @Amrazing). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 178–185.

Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Media Sosial YouTube Terhadap Persepsi Konsumen (Studi Terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com Di YouTube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 179–185.

Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh konten media sosial terhadap sumber informasi pandemic Covid 19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 76–90.

Kaharmudzakir, I., Ichlas, M., & Qudsi, E. (2022). Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 127–140.

Luviani, A., & Delliana, S. (2020). Pengaruh terpaan tayangan animasi nussa official (cuci tangan yuk) di YouTube terhadap perilaku imitasi anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 44–50.

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

Maulana, J. (2021). PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 4). Kalimantan.

Nevzat, R. (2018). Reviving Cultivation Theory For Social Media . *Communication & Film*, 1–13.

Rahma, A., & Delliana, S. (2022). PENGARUH KONTEN YOUTUBE RIA RICIS TERHADAP AGRESI VERBAL NETIZEN THE INFLUENCE OF RIA RICIS'S YOUTUBE CONTENT ON NETIZENS' VERBAL AGGRESSION. *TRANSLITERA*, 11(1), 2088–2432. Retrieved from <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera>

- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @Kediakopikulo Terhadap Sikap Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1–15.
- Thalita Fadis, N., & Mahdalena, V. (2022). Pengaruh Konten Pesan “Sex Education” Instagram @tabu.id terhadap Kepuasan Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.33021/exp.v5i2.3796>
- Yuniarti, & Panuntun, B. S. (2023). Menelusuri Jejak Childfree Di Indonesia . *Jurnal Sosial Ekonomi*, 01(1), 1–6.
- Maheswari, A. I., & Wibowo, A. A. (2023). Analisis wacana kritis sara mills pada program talkshow kick andy “childfree” di metro tv. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 123–134.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mingkase, N., & Rohmaniyah, I. (2022). Kontruksi gender dalam problematika childfree di sosial media Twitter. *Jurnal Studi Islam*, 17(2), 201–222.

#### **INTERNET**

- Afrillia, D. (2022, May 13). Tren penggunaan media sosial di indonesia, youtube paling banyak diakses . Retrieved December 16, 2023, from Goodnews Indonesia website: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/05/13/tren-penggunaan-media-sosial-di-indonesia-youtube-paling-banyak-diakses>
- Banu, S. (2023). Penelitian: Punya anak membuat perempuan lebih semangat bekerja. Retrieved December 14, 2023, from The Asian Parent website: <https://id.theasianparent.com/perempuan-lebih-semangat-bekerja-setelah-punya-anak>
- Cicilia, M. (2022, February 14). Kesiapan psikologis wajib dimiliki oleh calon ayah dan ibu. Retrieved December 14, 2023, from antara kantor berita indonesia website: <https://www.antaraneews.com/berita/2703277/kesiapan-psikologis-wajib-dimiliki-oleh-calon-ayah-dan-ibu>
- Faridah, S. (2021, August 24). Childfree: Fenomena childfree dan kontruksi masyarakat indonesia. Retrieved December 14, 2023, from Heylaw.id website: <https://heylaw.id/blog/childfree-fenomena-childfree-dan-konstruksi-masyarakat-indonesia>

Henry. (2023, October 13). Survei: 24 persen waktu gen z indonesia digunakan untuk nonton youtube, 90 persen suka fitur video singkat. Retrieved December 14, 2023, from Liputan 6 website:

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5422244/survei-24-persen-waktu-gen-z-indonesia-digunakan-untuk-nonton-youtube-90-persen-suka-fitur-video-singkat>

Humaniora. (2021, September 2). Fenomena Childfree Di Indonesia. Retrieved December 14, 2023, from Media Indonesia website:

<https://epaper.mediaindonesia.com/detail/fenomena-childfree-di-indonesia>