

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Rangkaian penjelasan tentang latar belakang, metode penelitian, landasan teori serta hasil penelitian telah tercantum dalam bab-bab sebelumnya terkait pengaruh terpaan berita hoax vaksin Covid-19 dan intensitas *e-word of mouth* terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin Covid-19. Sehingga bab kelima sekaligus penutup ini akan menyimpulkan hasil penelitian terkait dan kaitannya dengan isi dari bab-bab sebelumnya. Juga, peneliti memberi saran untuk pihak terkait yang dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan pada penelitian baru.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis 1 antara terpaan hoaks vaksin covid-19 di media sosial terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin covid-19 adalah **0,689** atau tidak signifikan. Dikarenakan nilai signifikansinya lebih dari **0,05**, maka hipotesis ditolak dan tidak ditemui korelasi antar variabel X1 dan Y. Walaupun disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara X1 dan Y, berdasarkan uji Odds ratio pada penjelasan di Bab 3 didapatkan variabel X1 memiliki Odds ratio sebesar **0,96** yang dapat dimaknai bahwa terdapat peluang responden terpengaruh persepsi mereka tentang vaksin jika responden selalu dapat terpaan hoaks 0,96 lebih sering dibandingkan saat ini. Ketidak ada pengaruh antara kedua variabel telah dijelaskan melali 3 asumsi pada bab IV pembahasan (Hal 57-60) yaitu dijelaskan mealui teori keterbatasan media, tingkat literasi digital dan berdampak positifnya pembentukan tim juru bicara vaksin covid-19 kepada masyarakat. sehingga informasi hoaks yang di terima masyarakat hanya mencapai tingkatan kognitif saja dan tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap persepsi masyarakat secara umum.

2. Hasil uji hipotesis 2 antara intensitas *e-word of mouth* tentang vaksin covid-19 di media sosial terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin covid-19 adalah **0,000** atau kurang dari **0,05** . Artinya, nilai tersebut signifikan dan terbukti ada pengaruh pada variabel X2 terhadap Y. Jadi, hipotesis ke 2 diterima dan ada kesesuaian dengan teori *Elaboration Likelihood Theory* dan penjelasan yang menjelaskan kesesuaian teori *Elaboration Likelihood Theory* dengan hasil penelitian telah dijelaskan pada bab IV pembahasan (Hal 62-63).

## 5.2 Saran

Saran peneliti dari hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan berita hoax vaksin covid-19 dan intensitas *e-word of mouth* terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin covid-19 diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh antara variabel terpaan berita hoax vaksin covid-19 dengan persepsi masyarakat karena hipotesis 1 dari penelitian ini, yaitu terpaan berita hoax vaksin covid-19 di media sosial memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin covid-19 **ditolak**. Salah satu asumsi yang menjelaskan ditolaknya hipotesis 1 ini adalah bahwa masyarakat dalam memproses sebuah informasi dan hasilnya nanti adalah persepsi terhadap suatu isu. Maka, dalam pemrosesan tersebut ada faktor lain selain terpaan informasi yang masyarakat terima melalui media sosial. Terpaan informasi yang masyarakat terima memang secara langsung diterima oleh masyarakat namun hanya mencapai pada tahap kognitif (Pengetahuan) dan tidak mencapai tahapan afeksi hingga behavioral atau pun persepsi masyarakat tersebut. Hal ini dapat di jelaskan melalui *Limited Effect Theory* pada bab IV. Oleh karena itu peneliti memberikan saran kepada kementerian dan lembaga terkait dalam hal ini Kementerian Komunikasi dan Informatika hingga Kepolisian untuk terus selalu proaktif dalam menertibkan hoaks - hoaks yang tersebar di masyarakat agar masyarakat selalu teredukasi dan terhindari dari terjadinya disinformasi serta di perlukan juga peran dari masyarakat seperti komunitas anti hoaks yang ada di Indonesia yaitu Masyarakat Anti Hoaks Indonesia (MAFINDO) dan TurnBackHoax.id untuk meredakan penyebaran hoaks yang semakin banyak ini, baik itu melakukan pelaporan ke website

pengaduan hoaks yang telah di sediakan KOMINFO jika menemukan hoaks atau meningkatkan edukasi kepada masyarakat secara luas berkaitan dengan hoaks.

2. Pada Bab IV telah dijelaskan tidak ada pengaruh antara variabel terpaan hoaks vaksin covid-19 di media sosial terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin covid-19 dan di dalam bab I telah dicantumkan populasi responden dalam penelitian ini adalah berusia 21 -32 tahun pernah mendapat terpaan hoaks, pernah melakukan *E-Word of Mouth* di media sosial tentang isu vaksin yang berdomisili di Jawa Barat. Sehingga, hasil dari penelitian ini tidak dapat disamakan di seluruh wilayah Indonesia sebab dipengaruhi oleh tingkat literasi digital di setiap wilayah Indonesia. Jadi, variabel X1 dan Y jika dilakukan survei di wilayah lain bisa saja terbukti ada pengaruhnya atau tidak. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji terlebih dahulu tingkat literasi digital dari suatu wilayah yang akan diteliti di wilayah yang berbeda dengan topik yang sama.
3. Berdasarkan hasil penelitian terhadap hipotesis kedua didapatkan pengaruh antara *E-Word of Mouth* tentang vaksin di media sosial terhadap persepsi masyarakat tentang vaksin Covid-19 karena responden menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai Covid-19 dengan frekuensi 3-7 kali dalam sehari. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas *E-Word Of Mouth* yang bersifat positif dan dapat dipercaya, maka akan memberi pengaruh besar terhadap persepsi positif seseorang tentang isu tertentu dalam konteks ini. Oleh karena itu, vaksin covid-19 aman untuk masyarakat adalah fakta. Saran bagi pemerintah dan pihak terkait lebih meningkatkan frekuensi publikasi terkait fakta vaksin covid-19 atau dikombinasikan dengan menggunakan strategi lainnya yang efektif terutama dalam pelaksanaan dansosialiasi vaksinasi *booster* ke depan.

