

BAB V

PENUTUP

Pada bab kali dipaparkan mengenai kesimpulan serta saran berdasarkan hasil temuan hasil penelitian yang diperoleh tentang hubungan terpaan informasi pinjaman online di media sosial dan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online.

5.1 Kesimpulan

Dilihat berdasar dari pembahasan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, bisa dibuat kesimpulan dari penelitian yang akan dipaparkan dibawah :

1. Menelaah dari hasil penelitian yang telah didapat. Hasil uji dari hipotesis pertama, yaitu terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan minat menggunakan pinjaman online, berdasarkan hasil uji Kendal's tau-b diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menandakan sangat signifikan karena hasil tersebut kurang dari atau sama dengan 0,01. Yang menandakan adanya hubungan antara variabel yang sedang diuji, dengan hal ini maka hipotesis terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan minat menggunakan pinjaman online dapat **diterima**. Individu yang menerima informasi mengenai pinjaman online yang tersebar di media sosial, kemudian memproses informasi tersebut dengan pertimbangan tertentu kemudian mulai menunjukkan perubahan sikap mengenai minat dalam menggunakan pinjaman online, sejalan dengan teori integrasi informasi. sehingga bisa dikatakan jika, semakin tinggi terpaan informasi

mengenai pinjaman online di media sosial yang diterima maka semakin rendah minat untuk menggunakan pinjaman online.

2. Pada hasil uji hipotesis kedua, yaitu intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online, berdasarkan hasil uji Kendal's tau-b diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menandakan sangat signifikan. Hal ini menandakan bahwa terdapat hubungan diantara variabel yang sedang diuji. maka hipotesis intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online dapat **diterima**. Individu akan mencari informasi mengenai produk atau jasa yang ingin mereka gunakan dari berbagai sumber, termasuk salah satunya adalah teman sebaya sebagai salah satu kelompok komunikasi dimana pertukaran informasi terjadi, individu akan menanyakan pendapat serta saran kepada teman sebaya sebagai referensi sebelum membeli suatu produk, lalu informasi yang didapat dapat mempengaruhi individu dalam mengambil sebuah keputusan untuk menggunakan atau membeli suatu produk, hal ini sesuai dengan teori *References group*. Dengan hal tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi intensitas yang terjadi didalam komunikasi *peer group* maka semakin rendah juga minat untuk menggunakan pinjaman online.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan bagi pihak yang bersangkutan meupun untuk penelitian-penelitian serupa yang akan datang, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan yang negatif antara terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan minat menggunakan pinjaman online. Sehingga kedepannya OJK sebagai salah satu lembaga yang berwenang dalam mengawasi kegiatan jasa keuangan yang ada di Indonesia, dan lembaga terkait lainnya harus lebih aktif dalam memberikan konten edukasi dan himbauan kepada masyarakat melalui media sosial yang notabene digunakan oleh hampir seluruh masyarakat, dengan daya jangkau yang sangat luas. Selain itu, menurut data yang didapat dari kuisisioner, masih lumayan banyak Masyarakat yang belum begitu mengetahui beberapa informasi penting mengenai pinjol legal dan illegal, seperti apa saja yang dibutuhkan untuk mendaftar pinjol legal, ciri-ciri pinjaman online illegal, serta resiko menggunakan pinjaman online. Maka dari itu edukasi yang dilakukan hendaknya lebih spesifik pada topik topik yang kurang dipahami oleh khalayak tersebut, agar Masyarakat tidak terjerumus menggunakan pinjaman online, terutama yang illegal.
2. Pada variabel intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online, menunjukkan adanya hubungan dengan arah yang negatif dari dua variabel tersebut. Untuk dapat memicu

intensitas komunikasi yang tinggi dan isi dari suatu pesan dapat disampaikan dengan baik, OJK serta Lembaga terkait dapat melakukan Kerjasama dengan publik figur yang secara tidak langsung bisa berinteraksi dengan para pengikutnya dengan tujuan untuk menyampaikan isi pesan terkait dengan pinjaman online, sehingga dapat mempengaruhi minat menggunakan pinjaman online kepada para pengikutnya. Selain itu OJK serta Lembaga terkait juga dapat membuat tagar atau *hashtag* yang lebih menarik di sosial media, agar dapat menjangkau khalayak lebih luas sehingga dapat meningkatkan intensitas komunikasi, baik melalui media sosial ataupun pada saat event-event tertentu.

3. Bagi peneliti selanjutnya, yang ingin meneliti topik yang terkait, diharapkan dapat mencari variabel yang lain yang berhubungan dengan minat menggunakan pinjaman online, agar dapat lebih memperluas dan melengkapi data data yang telah ada.