

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kampanye Warteg Gratis terhadap partisipasi pengikut *Instagram @edhozell* (Ha diterima). Pengaruh kampanye Warteg Gratis terhadap partisipasi pengikut *Instagram @edhozell* dapat dijelaskan melalui poin-poin berikut:

- 1) Kampanye Warteg Gratis yang dilakukan Edho Zell termasuk dalam kategori baik. Terdapat 8 (delapan) dimensi kampanye Warteg Gratis yang diteliti antara lain yaitu *Idea, Consistency, Length, Language, Humanface, Messenger, Format, dan Time and Place*. Berdasarkan kedelapan dimensi tersebut, yang paling baik adalah dimensi *Length* yang memiliki nilai paling tinggi pada variabel Kampanye Warteg Gratis, karena dari 100 responden sebanyak 56% menyatakan “Sangat Setuju”. Hal tersebut menjelaskan bahwa kampanye Warteg Gratis telah dilakukan dengan baik di *Instagram @edhozell* sehingga pengikut akun *Instagram @edhozell* memahami pesan kampanye tersebut.
- 2) Partisipasi pengikut *Instagram @edhozell* termasuk ke dalam kategori yang baik. Terdapat 5 (lima) dimensi partisipasi pengikut *Instagram @edhozell* yang diuji antara lain yaitu *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Berdasarkan kelima dimensi tersebut, yang paling baik adalah dimensi *Interest* yang memiliki nilai paling tinggi pada variabel Partisipasi Pengikut *Instagram @edhozell*, karena dari 100 responden sebanyak 40% menyatakan “Sangat Setuju”. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengikut *Instagram @edhozell* tertarik dengan kampanye Warteg Gratis, baik karena menyukai Edho Zell maupun karena pengalaman Edho Zell sebagai asal mula gerakan Warteg Gratis.

- 3) Kampanye Warteg Gratis berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi pengikut *Instagram @edhozell*. Terlihat dari nilai *Sig.* sebesar 0,000 lebih kecil dari yang disyaratkan ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya, semakin baik kampanye Warteg Gratis dilakukan oleh Edho Zell di *Instagramnya*, maka semakin meningkat partisipasi pengikut *Instagram @edhozell*. Sebesar 34,1% kampanye Warteg Gratis dipengaruhi oleh partisipasi pengikut *Instagram @edhozell*, sedangkan sisanya 65,9% dipengaruhi oleh faktor lain (selain pengikut *Instagram @edhozell*).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagi Edho Zell & Tim Warteg Gratis

Kampanye Warteg Gratis di media sosial *Instagram* sudah dilakukan dengan baik oleh Edho Zell di akun *Instagram* pribadinya (*@edhozell*), namun masih banyak pengikut yang berkomentar negatif dan memandang Edho Zell mencari keuntungan melalui Warteg Gratis. Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa kampanye Warteg Gratis yang dilakukan dengan baik dapat meningkatkan partisipasi pengikut khususnya media sosial *Instagram*. Maka dari itu, peningkatan kampanye Warteg Gratis di media sosial *Instagram* harus lebih diperhatikan karena akan memberikan pengaruh terhadap partisipasi pengikut *Instagram*.

- 2) Bagi Akademisi

Meskipun hasil penelitian ini mendukung teori yang ada, tetapi masih terdapat perbedaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu pada variabel Kampanye Warteg Gratis. Oleh karena itu, untuk peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis agar

sebaiknya mempelajari lebih mendalam mengenai kampanye Warteg Gratis dan partisipasi pengikut *Instagram @edhozell*. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya juga menambahkan variabel lain yang belum tercantum dalam penelitian ini karena masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kampanye Warteg Gratis, misalnya partisipasi masyarakat di media sosial *Facebook* atau *Youtube*. Sehingga model statistik yang akan diperoleh pun akan lebih baik.