

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait komunikasi persuasif akun Instagram @jktbookparty terhadap minat baca *followers*, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Instagram @jktbookparty berpengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap minat baca *followers* (H_a diterima). Efektivitas komunikasi persuasif akun Instagram @jktbookparty terhadap minat baca *followers* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikasi persuasif berpengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap minat baca *followers*. Hal tersebut diperkuat dengan hasil yang diperoleh nilai sig sebesar 0,000 signifikansi 0,000 lebih kecil dari standar yang dipersyaratkan yaitu $0,000 < 0,05$.
2. Melalui hasil uji-t nilai t-hitung sebesar 4,168 dan nilai t-tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa t-hitung $>$ t-tabel, maka dapat dijelaskan bahwa komunikasi persuasif berpengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap minat baca *followers*. Hasil yang didapatkan dari signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari syarat yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Berdasarkan persentase yang diketahui dari nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh ialah 14,2%, hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 14,2%. Komunikasi persuasif Instagram @jktbookparty memberikan kontribusi sebesar 14,2% terhadap variabel minat baca.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk @jktbookparty

Sejauh ini komunitas @jktbookparty sudah sangat baik dalam menyampaikan pesan terkait ajakan membaca buku dan pembahasan mengenai literasi lainnya. Namun alangkah baiknya jika *caption* pada setiap unggahan di perjelas guna membantu para pengikut lebih memahami terkait unggahan tersebut. Serta penulis menyarankan untuk membuat struktur organisasi yang jelas, terutama untuk setiap komunitas @jktbookparty yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi yang tertarik untuk menjelajahi penelitian yang serupa, ada rekomendasi yang kuat untuk mempelajari ke dalam dunia komunikasi persuasif dan minat baca. Selain itu, bila ingin melakukan penelitian lanjutan, peneliti selanjutnya dapat menelusuri dan menganalisis unggahan akun Instagram @jktbookparty menggunakan metode dan variabel yang berbeda dari penelitian ini, memperluas pemahaman tentang efektivitas komunikasi persuasif di media sosial menggunakan metode dan variabel yang tidak diteliti seperti menggunakan teori perubahan sikap dan analisis konten Instagram @jktbookparty.