

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas komunikasi media *online* IDXChannel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif telah dilakukan media *online* IDXChannel berpengaruh positif dan signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengguna (H_a diterima). Efektivitas komunikasi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Efektivitas komunikasi media *online* IDXChannel menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap minat baca pengikut. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang disyaratkan, yaitu 0,05.
2. Berdasarkan hasil uji-t, diperoleh nilai t-hitung sebesar 10.945 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1.994. Temuan ini mengindikasikan bahwa t-hitung melebihi t-tabel ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$), sehingga efektivitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas yang ditetapkan ($0,000 < 0,05$), menguatkan penerimaan hipotesis H_a dan penolakan hipotesis nol (H_o).
3. Persentase yang dijelaskan melalui nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi media *online* IDXChannel memberikan kontribusi sebesar 55% ($0,550 \times 100\%$) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Media *Online* IDXChannel

IDXChannel telah menunjukkan komitmen luar biasa dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna pasar modal melalui komunikasi yang efektif dan informatif, namun dibalik itu masih ada hal yang harus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang cepat sekali berganti dipasar modal seperti di isi artikel yang harus lebih diperjelas agar pembaca baru lebih mengerti.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup penggunaan pendekatan yang berbeda, seperti metode kualitatif, guna mendapatkan pemahaman mendalam dari perspektif pengguna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara rinci aspek-aspek psikologis, motivasi, dan persepsi yang mendasari kebutuhan dan pemahaman pengguna terhadap informasi pasar modal yang disampaikan oleh media *online* seperti IDXChannel. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti selanjutnya dapat melakukan wawancara mendalam atau untuk menggali pengalaman langsung dan pendapat individu pengguna yang mungkin tidak dapat ditangkap melalui survei kuantitatif.