

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Analisis *Image* Najwa Shihab dalam Menyuarakan *Hashtag* Instagram ‘dirumahaja’ di Kalangan Mahasiswa Universitas Andalas”, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Najwa Shihab adalah jurnalis sekaligus *influencer* yang mempunyai *image* positif karena memiliki kredibilitas yang bagus seperti kemampuan berkomunikasi yang baik, penampilan yang menarik seperti anak muda, serta kepribadian yang tegas dan berani namun memiliki wawasan yang luas menurut persepsi mahasiswa Unand. Persepsi yang dimiliki mahasiswa Unand berbeda-beda tergantung sudut pandang, pengetahuan, latar belakang, ataupun pengalaman yang dimiliki sebelumnya. Namun, secara keseluruhan persepsi tersebut dikategorikan sebagai persepsi yang positif karena mahasiswa Unand menyukai sosok Najwa sebagai jurnalis dan juga *influencer* media sosial seperti Instagram. *Image* positif Najwa tersebut turut didukung oleh *track record* Najwa sebagai seorang jurnalis yang banyak menorehkan prestasi dan juga program Mata Najwa yang memperoleh banyak penghargaan serta didukung pula oleh *privilege* yang ia punya sebagai keluarga Shihab yang terkenal sebagai cendekiawan

terkemuka dan juga suami dari Najwa yang merupakan seorang *lawyer* terkenal di ibu kota.

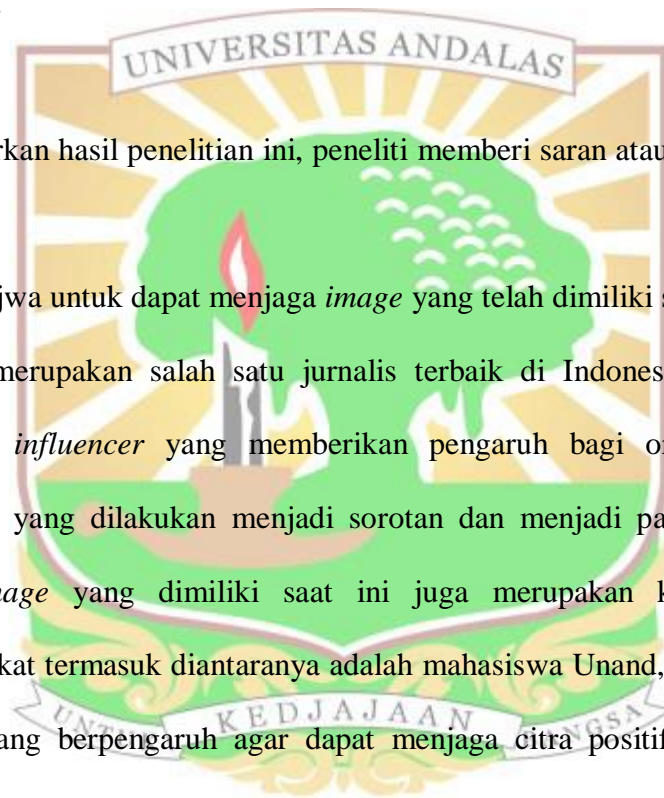
2. Atas *image* positif yang dimiliki oleh Najwa, proses persuasi yang dilakukan Najwa dengan menggunakan #dirumahaja di Instagram mendapat sambutan yang baik dari mahasiswa Unand. Kredibilitasnya yang bagus membuat Najwa memiliki keunikan tersendiri sehingga dianggap berbeda dengan jurnalis sekaligus *influencer* lain yang melakukan persuasi dengan cara serupa. Najwa juga mampu mengemas pesan persuasi tersebut dengan simpel, menarik, dan juga totalitas karena juga berkolaborasi dalam rangkaian Konser Musik #dirumahaja bersama musisi Indonesia serta menggalang dana melalui *platform* kitabisa.com. Persuasi yang dilakukan Najwa tidak hanya sekali dua kali namun konsisten dan berkelanjutan, sehingga lebih melekat pada ingatan mahasiswa Unand karena dipersuasi secara berulang.
3. Kemudian, persepsi positif dari mahasiswa terhadap *image* yang dimiliki oleh Najwa berdampak kepada tiga aspek yaitu aspek kognitif yang berhubungan dengan bertambahnya pengetahuan mahasiswa Unand karena mendapatkan informasi yang dibutuhkan seputar pandemi dari konten yang dibagikan oleh Najwa, kemudian aspek afektif yaitu penilaian informan terhadap pesan yang dipersuasi, hingga aspek konatif yang berhubungan dengan *behavior* atau perilaku dari mahasiswa Unand yaitu muncul kebutuhan untuk melakukan *self quarantine* dan *social distancing*

sesuai dengan persuasi yang dilakukan oleh Najwa dengan menggunakan #dirumahaja. Mahasiswa Unand turut melakukan *self quarantine* dan *social distancing* pada awal PSBB dan masih melakukan hal tersebut meskipun kini sudah memasuki era *new normal*, dimana beberapa aktivitas mulai diberlakukan kembali dan tidak seketat pada saat PSBB dulu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberi saran atau masukan sebagai berikut:

1. Bagi Najwa untuk dapat menjaga *image* yang telah dimiliki saat ini mengingat Najwa merupakan salah satu jurnalis terbaik di Indonesia sehingga turut menjadi *influencer* yang memberikan pengaruh bagi orang lain, segala aktivitas yang dilakukan menjadi sorotan dan menjadi panutan bagi orang lain. *Image* yang dimiliki saat ini juga merupakan kepercayaan bagi masyarakat termasuk diantaranya adalah mahasiswa Unand, untuk itu sebagai tokoh yang berpengaruh agar dapat menjaga citra positif tersebut dengan sebaik-baiknya dalam memberikan contoh serta edukasi yang bermanfaat bagi orang lain.
2. Mahasiswa Unand untuk meminimalisir aktifitas di luar rumah serta menjaga jarak dengan orang lain dan mematuhi protokol kesehatan sesuai dengan persuasi yang dilakukan oleh Najwa, meskipun kondisi saat ini sudah mulai



longgar jika dibandingkan dengan PSBB lalu untuk mempercepat pemutusan mata rantai Covid-19 agar pandemi segera berakhir.

3. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya Universitas Andalas agar dapat menambah penelitian yang serupa bertemakan *image* seorang tokoh yang melakukan persuasi dengan menggunakan *hashtag* pada media sosial seperti Instagram.

