

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, untuk menjawab rumusan masalah peneliti yaitu Pengaruh konten Youtube Timothy Ronald terhadap sikap generasi Z dalam berinvestasi *crypto*, peneliti mengambil hasil kesimpulan.

Dalam penelitian ini teori SOR (*Stimulus-Organism-Response*) yakni konten Youtube Timothy Ronald sebagai stimulus, generasi Z di Kota Surabaya sebagai organisme, dan sikap terkait investasi *crypto* sebagai respons. Sehingga hasil menunjukkan kalau stimulus yakni konten Youtube Timothy Ronald dapat mempengaruhi respons dari generasi Z yakni berupa sikap yang positif terkait investasi *crypto*. Sementara itu, teori SOR juga mengatakan kalau setiap individu dapat memberikan sebuah respons yang berbeda-beda terhadap stimulus yang sama. Karena pada setiap responden yakni generasi Z mempunyai karakteristik, pengalaman, pengetahuan, ataupun frekuensi dalam menonton konten Youtube yang berbeda-beda. Akan tetapi, mayoritas dari generasi Z dalam penelitian ini menunjukkan respons yang positif terkait investasi *crypto*.

Pada penelitian ini memperoleh hasil uji hipotesis yang telah diteliti dengan hasil H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga, dapat dibuktikan bahwa terdapat adanya pengaruh secara signifikan antara konten Youtube Timothy Ronald terhadap sikap generasi Z dalam berinvestasi *crypto* dengan hasil menunjukkan bahwasannya hubungan cukup berarti. Untuk itu, disimpulkan bahwa konten

Youtube Timothy Ronald mempunyai hubungan serta pengaruh yang positif terhadap sikap generasi Z di wilayah Kota Surabaya dalam berinvestasi *crypto*.

Berdasarkan hasil identitas responden dapat dilihat bahwa mayoritas dari responden berusia 20-24 tahun, berdomisili di wilayah Kota Surabaya Barat, dan sebagian besar generasi Z mengakses konten hanya untuk mencari tahu informasi yang sedang tren di media sosial salah satunya terkait investasi *crypto*. Peneliti juga mendapatkan bahwa generasi Z menilai bahwa konten Youtube Timothy Ronald tidak hanya memberikan sebuah informasi terkait investasi *crypto*, tetapi juga memiliki gaya penyampaian pesan yang sesuai dengan generasi Z, sehingga dapat mendorong untuk lebih mengatur keuangan menjadi lebih baik. Sedangkan pada sikap generasi Z merasa konten Youtube Timothy Ronald dapat membantu mereka dalam memahami investasi *crypto*, sehingga tertarik untuk memulai berinvestasi, dan mulai melakukan riset terkait jenis-jenis aset *crypto*.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait Pengaruh Konten Youtube Timothy Ronald terhadap Sikap Generasi Z dalam berinvestasi *crypto*. Peneliti ingin menyampaikan sebuah saran akademis maupun praktis.

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian terkait Pengaruh konten Youtube Timothy Ronald terhadap sikap generasi Z dalam berinvestasi *crypto* dilakukan dengan melalui pendekatan kuantitatif yakni dengan metode survey yang penyebarannya dilakukan secara

online. Pendekatan tersebut dapat memberikan penelitian yang mendalam terkait sikap generasi Z dalam berinvestasi *crypto*.

V.2.2 Saran Praktis

Penilaian terkait konten memperoleh hasil yang tinggi, dan sikap generasi Z juga memiliki nilai yang positif. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan tingginya konten Youtube Timothy Ronald sehingga dapat mempengaruhi sikap generasi Z. Sehingga saran dari peneliti yakni, konten kreator investasi diharapkan dapat membuat konten terkait edukasi yang informatif, serta mudah dipahami agar dapat meningkatkan literasi terkait finansial kepada generasi Z. Selain itu, juga menekankan terkait resiko dari investasi, dan perlu hati-hati dalam berinvestasi *crypto* agar generasi Z tidak mudah terjerumus untuk mengikuti tren atau hanya FOMO tetapi mereka juga dapat memahami dalam mengambil keputusan secara bijak.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Abidin Mustika. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(1), 47–59.
- Agustina, A., Halim, U., Hidayat, N., & Marta, R. F. (2024). Pertentangan Kecemasan dan Perilaku dalam Membentuk Sikap Politik Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 141. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7068>
- Allisa L, & Triyono A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>
- Eriyawati, A., Mayasari, M., & Ramdhani, M. (2020). Pengaruh YouTube Atta Halilintar Terhadap Motivasi Bagi Mahasiswa. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 139. <https://doi.org/10.29240/jdk.v5i2.2152>
- Fahrezah, Y., Herika Hermanu, D., Komunikasi, I., Interstudi, S., & Selatan, J. (n.d.). Pengaruh Konten YouTube “Mytakesilo” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora>
- Fazar Alfian Prasetiyo Utomo, & Nawolo Baskoro, D. (2023). Pengaruh Konten Vlog di YouTube Terhadap Perilaku Komunikasi Siswa SMP Nusantara Plus. *Communicator Sphere*, 3(1), 13–31. <https://doi.org/10.55397/cps.v3i1.34>
- Hidayati, U., & Hidayati, U. (2022). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN TIKTOK JOGJAFOODHUNTER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Medium*, 10(1), 122–134. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9064](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9064)
- Indrawan, A., Amaliasari, D., & Valdiani, D. (2022). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN YOUTUBE RUANG GURU DALAM MENINGKATKAN AKTIVITAS BELAJAR SISWA. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(1), 37–46. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v6i1.5316>
- Marzuki, R. S., & Emeilia, R. I. E. (2025). Pengaruh Konten Instagram @Evtessia Terhadap Sikap Pengembangan Diri. *Jurnal Media Penyiaran*, 4(2), 1–7. <https://doi.org/10.31294/jmp.v4i2.7269>
- Maulana, J. (2021). PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN. *Jurnal*

Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1).
<https://doi.org/10.31602/jm.v4i1.4814>

Nasher, A., & Amani, N. N. (2020). PENGARUH VLOG YOUTUBE JEROME POLIN TERHADAP MINAT SISWA SMANU M.H. THAMRIN MELANJUTKAN STUDI KE JEPANG. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 167–177. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i2.4597>

Nisa, A., P, S. D. H., & Adelia P, Y. (2022). Pengaruh Konten Kreator Tiktok @Sikibor Halilibor Terhadap Sikap Dan Perilaku Generasi Z. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 338–345.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.382>

Priansyah, R. P., Satriani, I., & Muslim, M. (2022). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN YOUTUBE DEHAKIMS TERHADAP SIKAP ORANGTUA MENGENAI ANAK MENONTON SATWA. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(1), 19–28. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v6i1.5309>

Saputra, A. F. (2022). *Arief Fadhil-Pengaruh Konten Youtube ... Pengaruh Konten Youtube Picky Picks terhadap Sikap Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang*. Retrieved from
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>

Tranggono, D., Nidita Putri, A., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun @nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141–155. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.141-155>

Wijaksana, F. A., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Jerome Polin Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Remaja Kota Bandung. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 316–324.
<https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.9229>

Buku:

Ananta Susilo. (2024). *Panduan Investasi Crypto Dari Nol Untuk Pemula*. Yogyakarta: Yash Media

Azwar, S. (2021). *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Deddy Mulyana. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hery, A. (2023). *Perilaku Organisasi*. Depok: Papas Sinar Sinanti.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 Teknologi Untuk Kemanusiaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Nofsinger, J. R. (2023). *The Psychology of Investing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rachmat Kriyantono. (2024). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (kedua). Kencana. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni Wiratna. (2023). *The Guide Book of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Web:

- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2023, October 18). Jumlah Penduduk Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur (Jiwa), 2021-2022.
- Bianda Ludwianto. (2023, February 10). Surabaya Hingga Bekasi Masuk Data Kota Paling Siap untuk Bisnis Kripto.
- Handayani I. (2023, February 10). Riset: Empat Kota Indonesia Masuk Top 5 Kota di Dunia Paling Siap Bisnis Kripto.
- Hari Widowati. (2024, October 31). Lebih dari 60% Investor Kripto di Indonesia Berusia di Bawah 30 Tahun.
- Imam Fahri. (2025, October 1). Dibalik Kaya Instan dari Crypto & Saham: Kenapa Banyak Gen Z Justru Merugi?
- Lely Yuana. (2022, June 26). Investor Kripto di Surabaya Meningkat Pesat, Tokocrypto Gelar TokoInvasion.
- Nurcahyadi Ghani. (2026, April 19). 60% Investor Kripto RI Anak Muda, Gen Z Jadi Motor Transaksi.
- Silvia Estefina Subitmele. (2025, April 21). Pembagian Generasi Berdasarkan Tahun Lahir, Siapa Kamu di Antara Generasi Ini?