

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh media sosial terhadap partisipasi masyarakat berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi masyarakat dalam kegiatan berdonasi. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan media sosial dalam menyampaikan informasi, membangun komunikasi, dan mempromosikan program-program kemanusiaan, maka semakin tinggi pula partisipasi masyarakat untuk berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan.

Besarnya pengaruh media sosial terhadap partisipasi masyarakat berdonasi ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (***R Square***) sebesar **0,225** atau **22,5%**. Hal ini berarti media sosial mampu menjelaskan 22,5% variasi partisipasi masyarakat berdonasi, sedangkan **77,5%** sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti religiusitas, tingkat kepercayaan terhadap lembaga, transparansi pengelolaan dana, motivasi berdonasi, kondisi ekonomi, serta faktor sosial lainnya. Dengan demikian, media sosial bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat

untuk berdonasi, tetapi merupakan salah satu faktor yang memiliki kontribusi nyata.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui penyebaran informasi yang cepat, mudah diakses, dan mampu menjangkau berbagai kalangan. Pemanfaatan media sosial yang didukung oleh konten yang informatif, komunikasi yang interaktif, serta penyampaian laporan kegiatan secara transparan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap DT Peduli Kalimantan Selatan dan mendorong peningkatan partisipasi dalam kegiatan donasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa optimalisasi penggunaan media sosial dapat menjadi salah satu strategi penting bagi DT Peduli Kalimantan Selatan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat berdonasi. Namun, untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal, pemanfaatan media sosial perlu diimbangi dengan peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan kepada donatur sehingga kepercayaan masyarakat dapat terus terjaga dan partisipasi berdonasi dapat berkembang secara berkelanjutan.

B. Saran-saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi DT Peduli Kalimantan Selatan

DT Peduli Kalimantan Selatan diharapkan terus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan

penggalangan donasi melalui konten yang menarik, transparan, informatif, dan mudah dipahami. Publikasi laporan penyaluran donasi, dokumentasi kegiatan, serta testimoni penerima manfaat secara berkala juga perlu dipertahankan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Selain itu, DT Peduli Kalimantan Selatan disarankan memanfaatkan berbagai fitur media sosial, seperti video pendek, siaran langsung (*live streaming*), infografis, dan konten interaktif, serta meningkatkan interaksi dengan pengikut melalui kolom komentar maupun pesan langsung guna memperluas jangkauan dan memperkuat hubungan dengan calon donatur.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan mayoritas responden berusia 51–60 tahun, strategi konten sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik kelompok tersebut menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Responden terbanyak berada pada rentang usia 51–60 tahun, sehingga penyajian informasi sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, melibatkan responden yang lebih beragam, serta memperluas objek penelitian pada lembaga filantropi atau organisasi sosial lainnya agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penggunaan metode *mixed methods* atau pendekatan kualitatif dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam motivasi dan pengalaman

masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebelum memutuskan berdonasi.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara bijaksana dalam memperoleh informasi terkait kegiatan donasi dengan senantiasa memperhatikan kredibilitas lembaga, transparansi pengelolaan dana, serta kejelasan program yang ditawarkan. Sikap kritis dan selektif dalam memilih lembaga penyalur donasi akan membantu meningkatkan efektivitas penyaluran bantuan, sekaligus mendorong terciptanya budaya berdonasi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.