

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh dari isi pesan tulisan sederhana 60 detik iklan layanan masyarakat ‘#WaktunyaKita NETMEDIATAMA terhadap perubahan sikap ketergantungan pada gadget. Hasil yang didapatkan adalah terdapat pengaruh dari isi pesan tulisan sederhana 60 detik iklan layanan masyarakat ‘#WaktunyaKita NETMEDIATAMA terhadap perubahan sikap ketergantungan pada gadget.

Pada rumusan masalah kedua dalam penelitian yaitu, seberapa besar pengaruh dari isi pesan tulisan sederhana 60 detik iklan layanan masyarakat ‘#WaktunyaKita NETMEDIATAMA terhadap perubahan sikap ketergantungan pada gadget. Maka, hasil yang didapatkan berdasarkan hasil analisis data adalah jika berdasarkan uji korelasi terdapat 0,599 yang berartikan memiliki korelasi yang positif antar kedua variabel. Jika berdasarkan uji regresi, hasil yang didapat adalah mendapatkan nilai koefisien variabel Y sebesar 9,362 dan untuk nilai koefisien variabel X sebesar 0,408. Serta menjawab besaran pengaruh terkait variabel X dan Y adalah 39,9%.

Sesuai dengan hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan, memperlihatkan bahwa teori *elaboration likelihood model* dapat memperjelas sebuah fenomena yang diteliti pada penelitian ini, karena pada teori ini akan menjelaskan, bagaimana setiap individu akan dapat membentuk sikap dari pesan yang diterimanya. Isi pesan ilm tersebut juga mempengaruhi keberhasilan dari tujuan dibuat nya ilm ‘#WAKTUNYAKITA Bergerak, Berkarya, Mengisi Waktu Dengan Hal Positif’ agar masyarakat bisa belajar untuk mengubah *mindset*,

sikap dan perilaku mereka secara bijak dalam menggunakan waktu untuk bermain gadget sebaik mungkin.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh dari isi pesan tulisan sederhana 60 detik iklan layanan masyarakat '#WaktunyaKita NETMEDIATAMA terhadap perubahan sikap ketergantungan pada gadget, maka peneliti menguraikan beberapa saran yang dapat berguna bagi masyarakat umum, praktisi, maupun penelitian selanjutnya.

Saran yang dapat disampaikan untuk masyarakat umum adalah agar lebih bisa melihat dan memahami ilm yang mereka tonton, serta menyeleksi dan menyaring isi informasi yang baik maupun yang buruk dari setiap ilm yang ditayangkan di televisi ataupun *platform* sosial media lainnya terkait hal positif yang disampaikan dan dapat berguna bagi kehidupan masyarakat sehari – hari dan bisa menerapkan hal – hal positif ataupun pesan – pesan moral yang disampaikan oleh ilm.

Saran yang dapat diberikan kepada praktisi sesuai dengan penelitian ini berdasarkan jawaban dari responden adalah, isi pesan yang akan disampaikan dalam ilm secara pengemasan, diharapkan agar pesan ilm haruslah menarik dan memiliki isi pesan yang mudah untuk dipahami. Contohnya seperti mempertimbangkan dari aspek animasi dan tampilan visual yang digunakan, agar representasi pada ilm tersebut lebih detail dan isi pesan maupun informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator bisa dipahami dan tersampaikan dengan baik di semua kalangan masyarakat. Serta untuk ilm selanjutnya bisa menonjolkan pesan – pesan yang penting, sehingga dapat memikat dan memberikan sugestif (*suggestion*). Jika terkait dengan durasi penayangan, ilm diharapkan menggunakan durasi yang singkat dan jelas.

Selanjutnya, saran yang dapat disampaikan peneliti untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meng *explore* lebih luas terkait ilm dengan masalah pembahasan yang terbaru sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi. Maka dari itu, diharapkan penelitian selanjutnya bisa mencari faktor lain terkait dengan perubahan sikap yang dapat dipengaruhi oleh ilm. Selain itu, agar dapat mengambil populasi dan sampel yang mudah untuk diteliti. Peneliti dapat melihat dari seberapa besar pengaruh fenomena tersebut kepada sampel penelitian dengan menggunakan kriteria yang lebih spesifik agar disaat membagikan kuesioner, hasil yang didapatkan bisa sesuai dengan tujuan dari penelitian.