

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang pengaruh iklan layanan masyarakat *social distancing* oleh Kominfo terhadap kewaspadaan mahasiswa dalam upaya pencegahan Covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *online* yang dibuat dengan Google Forms kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa yang berkuliah di kota Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh diantara daya tarik dan kewaspadaan mahasiswa dalam pencegahan virus Covid-19 karena didapatkan hasil thitung = 12,925. Untuk $df = n-2$, yaitu $100-2=98$, dengan demikian hasil perhitungan hitung $12,925 > t_{table} 1,660$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik iklan terhadap kewaspadaan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa rata-rata peningkatan kewaspadaan mahasiswa paling tinggi yaitu ada pada mahasiswa dari Universitas Atmajaya.

Berdasarkan hasil hitung dari uji korelasi didapatkan angka terdapat nilai koefisien korelasi r hitung sebesar $r = 0.796$, nilai tersebut termasuk kedalam tingkatan hubungan yang kuat karena terletak diantara 0.61-0.80. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa korelasi antara Daya tarik iklan dengan Kewaspadaan memiliki hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil hitung uji regresi diperoleh hasil koefisien regresi yang bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa arah pengaruh variabel Daya Tarik Iklan (X) dan variabel Kewaspadaan (Y) juga bernilai positif. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin naik Daya tarik maka akan menambah juga tingkat kewaspadaan dalam mencegah virus Covid-19. Berdasarkan hasil hitung uji koefisien determinasi, daya tarik iklan mendapatkan angka sebesar 63,3% dalam mempengaruhi kewaspadaan. Sedangkan hasil sejumlah 36,7% yang mempengaruhi kewaspadaan mahasiswa Jakarta Selatan yaitu faktor pemberitaan

di media dan juga faktor lingkungan saat adanya tetangga atau kerabat yang juga terjangkit virus Covid-19.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan:

1. Kominfo atau lembaga lain yang ingin membuat iklan layanan masyarakat baiknya lebih memperhatikan daya tarik dari segi kreativitas seperti musik, gambar, slogan serta *endorser* dengan begitu iklan bisa lebih menarik di mata masyarakat.
2. Penelitian ini lebih berfokus pada daya tarik iklan dibanding isi pesan iklan secara mendalam. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menguji teori ini dengan berfokus pada isi pesan dengan lebih rinci sehingga bisa menguji teori lebih mendalam dan dari sudut pandang yang berbeda.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan survey kepada responden yang lebih luas, tidak hanya kepada mahasiswa Jakarta Selatan saja sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dari penelitian ini.