

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Konsep persuasi pada penelitian ini dinyatakan berhasil karena adanya perubahan sikap yang nyata mengenai iklan layanan masyarakat “Pencegahan Perkawinan Anak” Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dan sikap orang tua (Survey di Kecamatan Serpong Utara) yang didapat melalui pengisian kuesioner langsung kepada responden (orang tua). Pada penelitian ini, uji regresi didapat nilai *R square* sebesar 0,175. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang nyata iklan layanan masyarakat “Pencegahan Perkawinan Anak” Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dan sikap orang tua (Survey di Kecamatan Serpong Utara).
- 2) Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa H_0 , yang mana artinya terdapat pengaruh yang nyata dari iklan layanan masyarakat “Pencegahan Perkawinan Anak” Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dan sikap orang tua (Survey di Kecamatan Serpong Utara).

5.2 Saran

Hasil penelitian iklan layanan masyarakat “Pencegahan Perkawinan Anak” Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dan sikap orang tua (Survey di Kecamatan Serpong Utara) secara deskriptif menjadi dasar penulis memberikan saran sebagai berikut;

- 1) Pada dimensi variabel sikap yang paling rendah dengan butir pernyataan “Saya yakin bahwa Iklan “Pencegahan Perkawinan Anak” dapat merubah keyakinan orang tua untuk menikahkan anak dibawah usia yang ditentukan.” Diharapkan bahwa orang tua mampu saling mempersuasi orang tua yang lainnya agar mengurangi angka pernikahan dini di Indonesia.
- 2) Pada penelitian ini diharapkan orang tua mampu mengubah keyakinan mereka untuk tidak mengizinkan anak menikah dibawah usia yang diatur dalam UU.