

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian analisis isi video animasi kampanye sosial “Bersatu Untuk Indonesia” yang ditayangkan pada akun resmi Grab Indonesia di *youtube* yang terdiri atas unsur pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal dengan sub dimensi lirik dan teks ,serta indikator : rasional, ajakan, emosional dan motivasi. Pesan non verbal dengan sub dimensi ilustrasi, gerakan, latar, audio, dan warna, serta indikator: repetisi, substitusi, dan komplemen. Sesuai dengan rumusan tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Video animasi kampanye sosial “Bersatu Untuk Indonesia” mengandung pesan persuasif verbal untuk lirik sebesar 96% dan teks sebesar 100%. Dengan nilai reabilitas baik untuk lirik dan teks.
- b. Video animasi kampanye sosial “Bersatu Untuk Indonesia” mengandung pesan persuasif non verbal untuk ilustrasi sebesar 83%, gerakan sebesar 71%, latar sebesar 52%, audio sebesar 44%, dan warna sebesar 76%. Dengan nilai reabilitas baik untuk ilustrasi, gerakan, dan latar, sedangkan nilai reabilitas cukup terdapat pada audio dan warna.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis deskriptif distribusi frekuensi dan persentase serta nilai reliabilitas yang cukup/sedang. Maka dapat menjadi rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk gambaran pesan non verbal audio masih memperoleh reliabilitas sebesar 0,44 sehingga dalam perancangan pesan diperlukan penggunaan suara atau *sound effect* yang lebih mendukung untuk pesan verbal pada sebuah video.
2. Untuk gambaran pesan verbal warna, masih memperoleh reliabilitas sebesar 0,63 sehingga dalam perancangan pesan diperlukan penggambaran ilustrasi dengan warna yang lebih merepresentasikan pesan verbal pada sebuah video.
3. Dapat dikembangkan lebih lanjut penelitian analisis isi ini dengan menguji secara kausalitas antarvariabel tidak hanya terbatas pada analisis deskriptif.