

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh isi pesan dalam drama Korea “Celebrity” terhadap kepercayaan *followers* kepada 100 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian ini, yakni responden yang telah menonton drama Korea Celebrity dan *followers* dari akun Instagram @sunnydahye. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rata-rata responden dari penelitian ini di dominasi oleh perempuan, hal ini dapat dilihat dari nilai persentasenya yang lebih tinggi dibanding laki-laki.

Kemudian setelah melewati serangkaian uji statistik, dapat diketahui bahwa isi pesan dalam drama Korea Celebrity memiliki pengaruh sebesar 48,7% terhadap kepercayaan *followers*, yang mana hal ini didapatkan melalui hasil uji koefisien determinasi. Sementara itu, hasil dari uji regresi linier sederhana menunjukkan angka sebesar 0,593 yang menandakan nilai positif, artinya semakin tinggi pengaruh isi pesan drama Korea Celebrity maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap kepercayaan *followers*.

Diketahui pula, dalam hasil uji hipotesis yang telah dilakukan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel dengan nilai Sig. $<$ 0,05, yakni nilai t hitung sebesar 9,658 dan nilai t tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel isi pesan drama Korea Celebrity terhadap variabel kepercayaan *followers*.

Tidak hanya itu, berdasarkan hasil penelitian ini bila dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori *Elaboration Likelihood Model* diasumsikan bahwa individu memiliki respon berbeda dalam menerima pesan, dimana hal ini tergantung pada jalur pengolahan informasi apa yang digunakan, apakah jalur sentral atau jalur periperal. Berdasarkan asumsi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, pesan yang disampaikan dalam drama Korea Celebrity memberikan pengaruh terhadap penonton drama, dimana fokus dari pengaruh disini terkait dengan kepercayaan. Namun, pengaruh yang terjadi terhadap

responden disini dapat berbeda tergantung dengan jalur pengolahan informasi apa yang digunakan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh sebesar 48,7%, sehingga persentase lain diluar faktor dari penelitian ini, faktor ini bisa saja berupa minat dari responden dalam menonton drama, opini pribadi ketika menonton, ataupun faktor lingkungan terdekat terkait drama Korea.

5.2 Saran

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga peneliti memiliki beberapa saran yang diuraikan sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel isi pesan drama Korea Celebrity terhadap variabel kepercayaan *followers* sebesar 48,7%, dimana sisanya yakni 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Sehingga peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat memperhatikan faktor lain ini, faktor ini dapat berupa minat ataupun ketertarikan responden terhadap genre dari drama Korea, cara pandang responden dalam menonton drama Korea, atau bahkan lingkungan terdekat yang membentuk kepercayaan dari responden dalam menikmati drama Korea.
- b. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model*, dimana dalam teori ini individu memiliki respon berbeda dalam memproses pesan yang diterima, tergantung pada jalur pengolahan informasi apa yang digunakan. Oleh karenanya, peneliti berharap penonton drama Korea dapat bijak dalam memilih tayangan drama yang hendak ditonton sehingga pesan yang didapatkan nantinya dapat dipahami dengan baik dan dapat memberikan pengaruh positif.

5.2.2 Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan drama Korea Celebrity sebagai objek dalam penelitian ini. Peneliti berharap

pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel berbeda, atau dengan tetap menjadikan salah satu variabel sebagai bahan penelitian. Hal ini agar diketahui apakah pengaruh isi pesan drama Korea dapat mempengaruhi variabel lain selain kepercayaan *followers* agar didapatkan sudut pandang yang berbeda pula.