

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pendekatan budaya bahasa daerah pada iklan layanan masyarakat PIN (Pekan Imunisasi Nasional) 2016 di televisi memiliki pengaruh yang sedang terhadap partisipasi masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X dengan variabel Y sebesar 0,552, angka tersebut berada diantara 0,400 – 0,599, yang memiliki arti bahwa tingkat hubungannya sedang. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan konsep pendekatan budaya bahasa daerah dalam iklan layanan masyarakat dapat berpengaruh terhadap masyarakat yang melihatnya dalam hal ini warga RW 09 yang berada di wilayah Kota Depok kebanyakan adalah penduduk pendatang dari luar daerah yang bermukim di daerah tersebut. Tujuan pemerintah membuat iklan layanan masyarakat dengan menggunakan pendekatan budaya bahasa daerah adalah untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Seperti diketahui masyarakat Indonesia terdiri dari latar belakang budaya yang berbeda-beda, dalam hal ini bahasa daerah yang termasuk dari unsur-unsur budaya. Diharapkan dengan adanya atribut pendekatan budaya bahasa daerah dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Maka dari itu pemerintah membuat sebuah kampanye tentang pelaksanaan kegiatan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) 2016 dengan membuat iklan layanan masyarakat di televisi agar masyarakat memiliki kesadaran untuk ikut berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah penyebaran virus polio terjadi lagi di Indonesia, serta mewujudkan Eradikasi Polio (ERAPO) di seluruh dunia pada tahun 2020 mendatang.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 39,1%. Sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain tersebut antara lain adanya kesadaran dalam diri warga yang memiliki anak balita untuk membawa anaknya ke posyandu guna diberikan diimunisasi. Faktor lainnya yaitu kepedulian RW 09

kepada warganya yang selalu menghimbau dan mengajak warganya yang mempunyai anak balita agar mengikuti kegiatan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) yang dilaksanakan di wilayah tersebut.

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran kepada :

1. Untuk kementerian kesehatan selaku instansi yang menggagas iklan layanan masyarakat, diharapkan untuk kedepannya dalam pembuatan iklan layanan masyarakat mengenai PIN (Pekan Imunisasi Nasional) 2016 mengampanyekan iklan tersebut dilakukan secara bertahap dalam penyampaian agar pesan iklan yang disampaikan dapat *tercover* dengan baik. Dengan menggunakan konsep budaya yang berbeda pada setiap tahunnya, seperti mengusung tema kesenian daerah bukan hanya budayanya saja hal ini bertujuan agar pesan iklan yang disampaikan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia yang memiliki latar belakang budaya beranekaragam atau multikulturalisme.
2. Iklan yang diusung diharapkan untuk kedepannya memasukan efek animasi kedalam iklannya agar terlihat menarik dan diharapkan dapat menarik masyarakat dan diterima semua kalangan masyarakat. Serta masyarakat tertarik dan beranggapan positif terhadap kegiatan PIN tersebut.
3. Untuk mencapai tujuan tersebut sebaiknya kementerian kesehatan tidak hanya mensosialisasikan kegiatan tersebut dengan hanya iklan di televisi, lebih memperbanyak media dalam beriklan seperti; radio, *pamflet*, *flyer*, atau iklan *billboard*.