

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### V.1 Kesimpulan

Dalam bab ini peneliti menguraikan dan memberikan beberapa kesimpulan yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Dampak tayangan iklan *Lifebuoy* versi “cuci tangan pakai sabun” terhadap perilaku cuci tangan warga”. Karakteristik responden yang berjumlah 100 terdiri dari 37 responden laki-laki dan 63 responden perempuan, yang merupakan sampel dari penelitian di Kelurahan Cipayung. Hasil dari analisis inferensial didapatkan hasil koefisien  $r$  yaitu  $= 0,583$ , nilai tersebut memiliki hubungan yang cukup kuat karena terletak di antara  $0,400-0,700$  maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara tayangan iklan *Lifebuoy* versi “Cuci tangan pakai sabun” (Variabel X) terhadap perilaku cuci tangan warga (Variabel Y) memiliki pengaruh yang cukup kuat. Berdasarkan hasil dari uji determinasi, yaitu untuk menghitung besarnya peran atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Diketahui nilai Korelasi ( $r$ )  $= 0,583$ , maka dapat dikatakan 34% Perilaku (Variabel Y) ditentukan oleh Dampak Tayangan Iklan. Dan sisanya sejumlah 66% ditentukan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Hasil dari uji hipotesis dengan uji  $t$ ,  $t$  hitung dengan  $t$  tabel yaitu : Penentuan dari level of signification, dari  $t$  tabel nilainya ditentukan pada tingkat signifikansi  $0,10$  dan  $df=n-2$ , yaitu  $100-2=98$ . Dengan demikian  $t$  tabel adalah  $1,660$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil perhitungan  $t$  hitung  $> 8,743$   $t$  tabel yaitu  $>1,660$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat Dampak tayangan iklan *Lifebuoy* versi “Cuci tangan pakai sabun” berpengaruh terhadap perilaku cuci tangan warga.

### V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul Dampak Tayangan Iklan *Lifebuoy* versi “Cuci Tangan Pakai sabun” di Televisi terhadap Perilaku Cuci Tangan warga, maka peneliti memberikan saran:

- a. *Lifebuoy* sudah cukup baik dalam mengiklankan produknya, namun harus lebih secara merata mengiklankannya. Mulai dari media televisi dan online. Terutama di daerah-daerah yang kumuh.
- b. *Lifebuoy* sebaiknya secara rutin membuat penyuluhan ke daerah-daerah yang kumuh mengenai praktik mencuci tangan agar masyarakat disekitar sana dapat mengetahui dan mengerti bahwa mencuci tangan pakai sabun adalah hal penting.
- c. Kelurahan Cipayung lebih sering mengadakan program penyuluhan mengenai cuci tangan pakai sabun, agar masyarakat dapat lebih memahami dan mengerti tentang cuci tangan pakai sabun.

