

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh disonansi kognitif terhadap sikap boikot siswa SMA Yadika 11 pada McDonald's, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan mengalami peningkatan signifikan
Pemberian stimulus berupa infografis fakta kontribusi lokal terbukti sangat efektif dalam meningkatkan elemen kognitif siswa. Sebelum stimulus (*pre-test*), mayoritas siswa hanya memiliki pengetahuan pada kategori kurang. Namun setelah diberikan stimulus (*post-test*), seluruh siswa (100%) berhasil mencapai kategori pengetahuan baik. Hal ini membuktikan bahwa informasi faktual mampu mengisi celah ketidaktahuan siswa mengenai kontribusi sosial perusahaan.
2. Perubahan sikap terjadi secara deskriptif namun terbatas
Secara deskriptif, terdapat pergeseran sikap ke arah yang lebih positif (sikap boikot melemah) setelah siswa mengalami disonansi kognitif. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan nilai rata-rata (*mean*) sikap dari 24,65 pada *pre-test* menjadi 27,12 pada *post-test*. Selain itu, jumlah siswa dengan kategori sikap boikot yang kuat berkurang drastis dari 17,6% menjadi 5,9%. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil siswa mulai merasionalisasi tindakannya setelah mengetahui fakta bahwa boikot dapat berdampak pada pekerja lokal.
3. Pengaruh disonansi tidak signifikan secara statistik terhadap perubahan sikap
Berdasarkan uji hipotesis *Paired Sample T-Test*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,262 ($\text{Sig} > 0,05$), yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik pada sikap boikot siswa sebelum dan sesudah stimulus.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi pengembangan akademis maupun praktis:

5.2.1 Saran Akademis

1. Penggunaan Metode Longitudinal

Mengingat perubahan sikap pada isu moral memerlukan waktu, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode eksperimen longitudinal (jangka panjang) dengan pemberian stimulus yang berulang-ulang, bukan hanya satu kali paparan untuk melihat efek disonansi kognitif yang lebih maksimal.

2. Penambahan Variabel Mediasi

Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel mediasi seperti religiusitas, moral reasoning, atau pengaruh kelompok sebaya. Hal ini penting untuk memahami faktor lain yang memperkuat resistensi sikap remaja dalam isu boikot.

3. Perluasan Populasi

Penelitian ini terbatas pada siswa satu sekolah dengan jumlah sampel kecil. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas jangkauan populasi ke demografi yang lebih beragam, seperti mahasiswa atau masyarakat umum, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih baik.

5.2.2. Saran Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa klarifikasi fakta efektif meningkatkan pengetahuan tetapi sulit mengubah sikap dalam waktu singkat. Oleh karena itu, strategi komunikasi krisis tidak cukup hanya dengan menyebarkan rilis fakta, akan tetapi perlu pendekatan yang lebih humanis dan emosional. Perusahaan disarankan untuk lebih gencar menampilkan testimoni nyata dari karyawan atau petani lokal yang terdampak secara konsisten untuk membangun empati publik secara perlahan.

2. Bagi Masyarakat dan Konsumen

Masyarakat perlu meningkatkan literasi informasi dalam menyikapi isu-isu global, khususnya pengguna media sosial aktif. Aksi solidaritas kemanusiaan adalah tindakan yang mulia, namun hendaknya didasari oleh

pemahaman fakta yang utuh dan bersumber dari data yang valid. Masyarakat diharapkan tidak hanya merespons isu berdasarkan tren sesaat atau tekanan kelompok atau *bandwagon effect* (Kelly, 2022), melainkan melakukan verifikasi informasi agar setiap keputusan yang diambil merupakan keputusan yang sadar, rasional, dan dapat dipertanggungjawabkan secara pribadi.