

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan kesimpulan yang berisi tentang hasil penelitian yang mana di dalamnya akan menjelaskan jawaban dari tujuan penelitian dan peneliti juga akan memberikan beberapa masukan atau saran yang berkaitan dengan hasil penelitian tentang “Pengaruh Terpaan Konten Toyota Limo Bekas Taksi di *Youtube* terhadap Sikap Positif Penonton”.

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, adapun kesimpulannya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, didapatkan hasil uji korelasi kedua variabel dengan nilai koefisien r yaitu 0,718. Nilai tersebut menyatakan hubungan yang kuat karena terletak diantara interval 0,600 – 0,799. Artinya, dalam kegiatan terpaan konten Toyota Limo bekas taksi yang dilakukan Mas Wahid di media sosial *Youtube* menimbulkan pengaruh kepada sikap positif penontonya. Kemudian berdasarkan hasil pengujian hipotesis, perhitungan uji T menyatakan hasil bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton (survei *subscribers Youtube channel* Mas Wahid). Sikap positif yang dimaksud yaitu di mana nantinya dari informasi atau konten tersebut membentuk suatu sikap positif dari para penonton. Seperti menjadi tahu tentang konten tersebut, kemudian menyukai konten dan mobil Toyota Limo bekas taksi tersebut, serta dengan membeli mobil tersebut sesuai kebutuhannya.
2. Pengaruh yang ditimbulkan oleh terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton sebesar 54,4%.

Sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari variabel X dan variabel Y yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti terpaan konten lainnya selain konten Toyota Limo bekas taksi dan komponen sikap yang lebih spesifik digunakan misalnya terfokus hanya kepada minat.

3. Kemudian dari adanya terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* pengaruh yang paling tinggi yaitu sampai pada atensinya, dan yang paling dipengaruhi yaitu pada konsep sikap kognitifnya. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden atau penonton mendapatkan terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* sampai ketahap atensi, sedangkan untuk sikap positif penonton mayoritas hanya sampai ketahap kognitif.

5.2 Saran

Pada penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten Toyota Limo Bekas Taksi di *Youtube* terhadap Sikap Positif Penonton” (survei pada *subscribers Youtube channel* Mas Wahid), maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas mengenai terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* yang dapat memengaruhi sikap positif penonton, diharapkan untuk penelitian berikutnya dapat mengkaji lebih lanjut faktor-faktor perihal kenapa dimensi kognitif yang paling dipengaruhi.
2. Kemudian pada penelitian berikutnya diharapkan dapat mengkaji dengan indikator yang berbeda atau faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian kali ini, contohnya seperti perihal iklan-iklan yang ada tentang Toyota Limo bekas taksi ini terhadap keputusan pembelian penonton.
3. Peneliti menyarankan kepada Mas Wahid tetap mempertahankan karya-karyanya selama ini yaitu dengan memberikan informasi tentang

dunia otomotif di *Youtube* agar dapat membantu dan bermanfaat bagi orang lain. Selanjutnya kepada para penonton konten Toyota Limo bekas taksi, peneliti menyarankan sebaiknya nanti dapat menyikapi dengan bijak efek dari konten-konten tersebut. Jika diperlukan, adanya riset secara matang dapat membantu penonton lebih dalam lagi apabila nantinya penonton tertarik dan nantinya akan membeli mobil Toyota Limo bekas taksi.