

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pesan Persuasif Iklan Layanan Masyarakat “Kita Siap Belajar Optimal!” Kementerian Pendidikan Kebudayaan dan Tingkat Resiliensi Orang Tua (Survei Pada Orang Tua Siswa SDN Klender 03) yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada 268 orang tua siswa SDN Klender 03, maka penelitian dapat membuktikan tujuan penelitian yakni:

1. Dapat menggambarkan karakteristik responden dengan mayoritas usia orang tua berada pada rentang 25-39 tahun, mayoritas status dalam keluarga adalah ibu, jumlah anak terbanyak yakni kategori 1-2 anak (jumlah anak rendah), jarak rumah ke sekolah mayoritas berada pada jarak dekat 0-3 km, serta mayoritas anak telah melakukan vaksinasi Covid-19.
2. Karakteristik orang tua berpengaruh terhadap tingkat resiliensi orang tua siswa SDN Klender 03 dengan hasil uji regresi *R Square* sebesar 0,889 untuk usia orang tua dan hasil uji regresi *R Square* untuk jumlah anak sebesar 0,612. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t untuk kategori usia 25-39 tahun $47,912 > 1,968$. Kategori usia 40–54 tahun $22,683 > 1,968$. Kategori 1-2 anak (jumlah anak rendah) $15,164 > 1,968$. Kategori jumlah anak >2 (jumlah anak tinggi) adalah $11,882 > 1,968$. Keseluruhan menghasilkan t hitung $>$ t tabel.
3. Pesan persuasif ILM “Kita Siap Belajar Optimal!” Kemendikbud RI berpengaruh terhadap tingkat resiliensi orang tua siswa SDN Klender 03 dengan hasil uji regresi *R Square* sebesar 0,991. Penelitian ini membuktikan bahwa dimensi sumber pesan memiliki pengaruh lebih tinggi dibandingkan dimensi yang lain dimana hasil t hitung dimensi isi pesan $52,589 > 1,968$, hasil t hitung dimensi format pesan $96,238 > 1,968$ dan hasil t hitung dimensi sumber pesan $108,923 > 1,968$.

V.2 Saran

Hasil penelitian Pesan Persuasif Iklan Layanan Masyarakat “Kita Siap Belajar Optimal!” Kementerian Pendidikan Kebudayaan Dan Tingkat Resiliensi Orang Tua (Survei Pada Orang Tua Siswa SDN Klender 03) secara deskriptif menjadi dasar penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil pada skor rata-rata butir pernyataan terendah terdapat pada dimensi sumber pesan, yaitu butir pernyataan X27 dengan skor rata-rata 4,2 berbunyi “Saya dapat memercayai apa yang disampaikan model dalam iklan karena ia adalah selebriti terkenal.” sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut hendaknya pemilihan model iklan lebih dikaji kembali, yaitu model yang memiliki sertifikasi keahlian bidang kesehatan karena ILM ini menyangkut dengan Covid-19 atau bidang pendidikan agar serupa dengan tema iklan.
2. Hendaknya penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan iklan layanan masyarakat dan tingkat resiliensi, penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan ilmiah serta dapat dilakukan pengujian kepada jenjang yang berbeda seperti pada jenjang SMP, atau SMA. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat meneliti tingkat resiliensi pada populasi yang lebih luas seperti siswa, guru, dan sebagainya.