

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari data yang sudah dianalisis di BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian tentang pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto ini menggunakan teknik analisis data dengan rumus *Product Moment* menghasilkan kesimpulan bahwa terpaan iklan A Mild Go Ahead memiliki pengaruh yang kuat terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat dengan bukti nilai koefisien korelasinya sebesar 0,981. Iklan rokok A Mild Go Ahead sebagai media hiburan dan persuasi yang berhasil memberikan hiburan dan juga memberikan pengaruh kepada masyarakat terhadap Motif Pembelian masyarakat. Hal ini patut untuk dipertimbangkan dan diperhatikan lagi agar menjadi media yang bermanfaat bagi penonton. Selain itu agar menjadi lebih menguntungkan antara keduanya. Pengaruh penelitian ini juga diperkuat dengan hasil perbandingan antara r table dan r hitung yang mana menghasilkan r hitung lebih ' r_{90} dibandingkan r table ($0,981 > 0,235$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Tingkat berapa besar pengaruhnya di uji dengan menggunakan rumus “uji- t ” yang hasilnya t hitung $> t$ table ($43,307 > 2,000$) dan P value ($0,000 <$

0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari t hitung adalah positif, maka pengaruh keduanya bernilai positif dan signifikan.

B. Rekomendasi

Dari hasil penelitian dan uraian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan, seperti :

1) Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Bagi mahasiswa yang berkonsentrasi pada program ilmu komunikasi agar dapat memproduksi sebuah iklan yang edukatif dan mengandung rasa nasionalisme bagi masyarakat dan juga agar selalu belajar untuk dapat mengeksplor ide dan gagasannya agar dapat terus maju dan agar suatu hari dapat membuat iklan yang mampu menginspirasi masyarakat dan unik sehingga dapat diingat oleh masyarakat.

2) Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengambil nilai-nilai positif akan pentingnya pengawasan dalam menjaga anak-anak dari dampak negative tayangan televisi. Seperti yang kita ketahui anak sangatlah mudah tertarik pada hal-hal baru terutama pada sesuatu yang negatif.

3) Fakultas Dakwah atau Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi diharapkan sebagai bahan masukan bagi pemerhati komunikasi, khususnya di fakultas Dakwah agar dapat menjalin relasi yang erat dengan lembaga

komunikasi agar tercipta keteraturan tayangan bagi publik. Sehingga dapat lebih mengeksplere bakat-bakat mahasiswanya