

BAB V

PENUTUP

V.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang diperoleh peneliti, melalui pembagian kuesioner kepada 100 responden terhadap Sikap Remaja Surabaya yang pernah melihat tayangan Iklan Layanan Masyarakat #WAKTUNYKITA NET TV versi Bergerak, Berkarya, Mengisi waktu dengan Hal Positif, menyatakan bahwa Remaja Surabaya memiliki sikap positif terhadap ILM #WAKTUNYAKITA. Sikap positif disini bearti remaja Surabaya sebagai responden dari penelitian ini mempunyai kecenderungan akan berubah dalam pemanfaatan waktu dengan berkarya dan melakukan hal positif. Sikap positif remaja Surabaya merupakan hasil dari masing-masing dimensi pesan yang meliputi dimensi isi pesan, dimensi struktur pesan, dimensi format pesan, dimensi sifat pesan, dan dimensi bahasa pesan. Dari masing-masing komponen sikap, pada komponen kognitif, dimensi bahasa pesan memiliki rata-rata tertinggi daripada dimensi lainnya, responden melihat dan mengetahui bahasa yang digunakan dalam ILM #WAKTUNYAKITA. Pada komponen afektif, dimensi struktur pesan memiliki rata-rata tertinggi daripada dimensi lainnya, responden menyukai struktur pesan yang terdiri dari beberapa simbol yang terdapat di ILM #WAKTUNYAKITA. Pada komponen konatif, responden memiliki kecenderungan hasil positif. Responden memiliki kecenderungan untuk berubah sesuai dengan pesan yang terkandung dalam ILM #WAKTUNYAKITA.

Selain melakukan perhitungan tiap komponen sikap, peneliti juga melakukan tabulasi silang antara identitas responden dengan sikap remaja Surabaya. Tabulasi silang ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang membentuk sikap. Dari tabulasi silang yang dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap positif remaja Surabaya sebagai responden dalam penelitian ini adalah faktor pengalaman pribadi melalui umur, faktor lembaga pendidikan melalui pendidikan terakhir responden dan faktor pengaruh orang lain melalui frekuensi penggunaan *gadget/smarphone*.

V.2. SARAN

V.2.1. Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengalisis secara lebih mendalam khususnya pada sikap afektif dan konatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus atau *reception analysis*. Dengan penelitian kualitatif jawaban responden yang diperoleh dapat detail dan mendalam. Hal ini dilakukan untuk mengurangi bias dalam penelitian ini yang menjadi kelemahan penelitian. Remaja Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini, sebagian besar cenderung mempunyai sikap positif.

V.2.2. Saran Praktis

Iklan Layanan Masyarakat #WAKTUNYAKITA NET TV versi Bergerak Berkarya, Mengisi waktu dengan Hal Positif sudah cukup baik, karena memberikan dampak hasil yang positif. Sebaiknya, NET TV membuat kembali ILM #WAKTUNYAKITA dengan versi lain agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Selain itu

ILM #WAKTUNYA kita perlu disiarkan melalui media massa lainnya serta melihat pola konsumsi masyarakat akan media untuk mencari informasi, seperti media online.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aswar, S. (2016). *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Wawan. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*.
- Effendy, U.O. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. CITRA ADITYA BAKTI
- Hurlock, E. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Latief, Rusman. Utud, Yusiastie. (2015). *Siaran Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Monks, Hadinoto Rahayu Siti. (2014). *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS
- Moerdijati, S. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Weels, W. 2009. *Advertising; Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Rakhmat, Jalaluddin (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Orang Tua Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sari, Endang S. (1993). *Audience research: Pengantar studi penelitian terhadap pembaca, pendengar dan pemirsa*. Yogyakarta : Andy Offset

Sarwono W. Sarlito. (2013). *Psikologi Remaja*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Singarimbun, M. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sujarweni, V Wiratna., Endrayanto, Poly. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu

JURNAL

Huda Khoirul. (2013). “Pengaruh Tayangan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Surabaya”. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Surabaya: STIESIA. 2. 4-5.

Lestari Inda, Riana, Taftarzani. (2015). “Pengaruh Gadget pada Interaksi Sosial Keluarga”. *Jurnal Unpad*. 2. 204-205.

Munanjar, A. (2017). “Analisis Segmentasi Pasar dan Manajemen SDM Pada Program Gebyar BCA NET TV”. *Jurnal Komunikasi*. Jakarta Timur: Akademi Komunikasi (AKOM). 8. 56-56.

Nugraheni, Yuli., Yuni, Anastasia., (2017).”Sosial Media Habit Remaja Surabaya”. *Jurnal Komunikatif*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. 1. 15.

Kurniawan, Dani. (2018). “Komunikasi Model Lasswell dan Stimulus-Organism-Response dalam mewujudkan pembelajaran yang Menyenangkan”. *Jurnal Komuniiasi Pendidikan*. Universitas Sebelas Maret. 2. 63.

Hastuti, Sri. (2013). “Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Riau: FISIP Universitas Riau. 2. 69.

Oscario, Angela. (2013). “Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand”. *Humaniora*. Jakarta Barat. 4. 193-194.

Muflih, Hanzah, Puniawan. (2017). “Penggunaan *Smartphone* dan interaksi sosial pada remaja di SMA Negeri I Kalasan Sleman Yogyakarta”. *Idea Nursing Journal*. Yogyakarta.VIII. 16.

Yuliati, Nova. (2005). “Televisi dan Fenomena Kekerasan Prespektif Teori Kultivasi”. Terakreditasi Dirjen Dikti. 26. 163.

ONLINE

Sarnia, Pamela.(2016, Mei). Net TV targetkan masuk bursa di 2018. Diakses pada tanggal 30 Agustus pukul 23:05 WIB dari: <https://industri.kontan.co.id/news/net-tv-targetkan-masuk-bursa-di-2018>.

MNC Media Grup (2014). Diakses pada tanggal 30 Agustus pukul 22:08 WIB dari: <https://www.mncgroup.com/microsite/content>.

Wulandari, Yogi. (2016, Maret). Anak Asuhan Gadget. Diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 16:37 WIB dari: <https://www.liputan6.com/health/read/2460330/anak-asuhan-gadget>.

Cahyo, Dandy. (2017, April). Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2017. Diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 20:43 WIB dari: <http://dewina-journal.foutap.com/penggunaan-smartphone-di-indonesia-tahun-2017/>.

APJII. (2017). Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2017. Diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 21:45 WIB dari: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf.

Yolanda, Syella. (2017). Sikap pegawai negeri sipil kota Surabaya mengenai iklan layanan masyarakat “Gerakan nasional revolusi mental #AYOBERUBAH” versi PNS.Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 22:00 WIB dari: http://repository.wima.ac.id/cgi/search/archive/advanced?screen=Search&dataset=archive&_action_search=Search&documents_merge=ALL&documents=&title_merge=ALL&title=Iklan+layanan+masyarakat&creators_name_merge=ALL&creators_name=&abstract_merge=ALL&abstract=&date=&keywords_merge=ALL&keywords=&subjects_merge=ANY&department_merge=ALL&department=&editors_name_merge=ALL&editors_name=&refereed=EITHER&publication_merge=ALL&publication=&satisfyall=ALL&order=-date%2Fcreators_name%2Ftitle

- Nastiti, Septiani Kukul (2018) “Pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai informasi iklan layanan masyarakat #waktunyakita di NET TV” Diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 22:00 WIB dari: http://repository.wima.ac.id/cgi/search/archive/advanced?screen=Search&dataset=archive&_action_search=Search&documents_merge=ALL&documents=&title_merge=ALL&title=Iklan+layanan+masyarakat&creators_name_merge=ALL&creators_name=&abstract_merge=ALL&abstract=&date=&keywords_merge=ALL&keywords=&subjects_merge=ANY&department_merge=ALL&department=&editors_name_merge=ALL&editors_name=&refereed=EITHER&publication_merge=ALL&publication=&satisfyall=ALL&order=-date%2Fcreators_name%2Ftitle
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2017) “Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Jawa Timur” Diakses pada tanggal 13 Oktober pukul 23:00 WIB dari: <https://jatim.bps.go.id/dynamictable/2018/02/05/310/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-jawa-timur-2017.html>
- Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (2013) “KPI Tekankan Penggunaan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar pada Siaran TV” Diakses pada tanggal 18 November pukul 20:00 WIB dari: www.kpi.go.id/index.php/id/lihat-terkini/38-dalam-negeri/31682-kpi-tekanan-penggunaan-bahasa-indonesia-yang-baik-dan-benar-di-siaran-tv
- Nektarity (2016) “Penjelasan Dialog dan Monolog, Juga Prolog dan Epilog” Diakses pada tanggal 19 November 2018 pukul 22:00 WIB dari: <https://www.rumpunnektar.com/2016/02/penjelasan-dialog-dan-monolog-juga.html?m=1>
- Musofa, Zain (2013) “Wanita lebih banyak memiliki smartphone dibanding laki-laki” Diakses pada tanggal 24 November 2018 pukul 19:33 WIB dari: <https://m.merdeka.com/teknologi/wanita-lebih-banyak-memiliki-smartphone-dibanding-pria.html>
- Abi, (2017) “Memanfaatkan Waktu Luang Mu Wahai Generasi Milenial-Ini Waktunya Kita” Diakses pada tanggal 17 November pukul 18:35 WIB dari: <https://www.awambicara.id/2017/manfaatkan-waktu-luang-halpositif-waktunya-kita.htm?m=1>

- Widawati, Rachmat (2014) “Bahasa Indonesia Dalam Iklan” Diakses pada tanggal 6 November pukul 16:55 WIB dari: https://file.upi.edu/Direktori/FBS/JUR._PEND._BHS._DAN_SASTRA_INDONESIA/RIKA_WIDAWATI/ARTIKEL_BAHASA_INDONESIA_DALAM_IKLAN.pdf&ved=2ahUKEwio5qK40_LeAhWJM48KHRo2Ac8QFjAAegQlBRAB&usg=AOvVaw3mg3hLjH21Yqh9qYTSZhRt
- Sugiana, Yodi (2018) “Pengertian Prolog dan Fungsinya” Diakses pada tanggal 27 November pukul 1:50 WIB dari: <https://www.sridianti.com/pengertian-prolog-dan-fungsinya.html>
- Fajrina, Nur (2015) “Riset: Anak Masa Kini Habiskan 6,5 Jam Pakai Gadget” Diakses pada tanggal 29 November pada pukul 16:32 WIB dari: <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20150403134126-199-44050/riset-anak-masa-kini-habiskan-65-jam-pakai-gadget>