

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mayoritas remaja memiliki sikap negatif terhadap peringatan: “Merokok Membunuhmu 18+” pada penampilan iklan produk rokok. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar remaja tidak menyukai pesan tersebut terpajang di iklan komersial rokok.
2. Media *above the line* yang sering menampilkan peringatan: “Merokok Membunuhmu 18+” adalah koran (ranking 1), televisi (rangking 2) dan internet (rangking 3). Hal tersebut telah mengindikasikan bahwa media koran telah terbukti menjadi media pembawa pesan yang paling efektif dari media *above the line*..
3. Media *below the line* yang sering menampilkan peringatan: “Merokok Membunuhmu 18+” adalah bungkus rokok (ranking 1), *billboard* (rangking 2) dan *leaflet* (rangking 3). bungkus rokok yang dibelinya.

#### **V.2 Saran**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas remaja memiliki sikap negatif terhadap peringatan: “Merokok Membunuhmu 18+” pada penampilan iklan produk rokok. Oleh karena itu, beberapa saran yang diberikan dari hasil penelitian ini dapat memberi sumbangsih dan masukan positif baik pada perusahaan rokok maupun untuk penelitian selanjutnya.

### **V.2.1 Saran Praktis**

Saran peneliti kepada pemerintah melalui perusahaan rokok dalam menyampaikan pesan pada iklan rokok adalah sebagai berikut:

1. Bagi perokok pasif, diharapkan lebih membuka, mencari dan membaca informasi-informasi mengenai kebiasaann merokok serta bahaya asap rokok.
2. Peringatan Pemerintah mengenai: Merokok Membunumu 18+ berarti bahwa peringatan merokok ini memang benar-benar dapat membunuh perokok itu sendiri, dan asap rokok juga berbahaya bagi kesehatan orang di sekitarnya. Adanya batasan usia 18+ juga menunjukkan bahwa Pemerintah sebenarnya mengharapkan rokok hanya dapat dibeli dan dikonsumsi oleh orang-orang yang sudah berusia lebih dari 18 tahun. Namun demikian, karena adanya permintaan pasar dan ketidakmauan penjual rokok untuk tidak menjual rokok bagi konsumen yang berusia kurang dari 18 tahun, telah menyebabkan batasan usia 18+ menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, Pemerintah sebaiknya memberi ketegasan melalui peraturan atau perundang-undangan bagi pelaksanaan batasan usia bagi penjual rokok, agar penjual benar-benar tidak boleh menjual rokok kepada konsumen yang belum berusia 18 tahun.

### **V.2.2 Saran Akademis**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan kuantifikasi dan analisis data. Semoga di masa yang akan datang aka nada penelitian lain yang mengangkat fenomena sama namun dilihat dengan pendekatan, jenis, dan metode berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, E. (2009). *Public relations Praktis*. Bandung: Widya Pajajaran.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukuran*. Yogyakarta : Liberty.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media .
- Darmadi Durianto, dkk. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendi, M. S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono.(2007).*Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- James F Engel, R. D. (1994). *Perilaku Konsumen* . United States of America: The Dryden Press Harcout Brace College Publisher.

- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti Medika Press.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, Monle dan Jhonson Carla. (2004). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Mubarak. (2007). *Promosi Kesehatan Sebuah Pengamatan Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan*. Jogyakarta: Graha Ilmu.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Prasetijo, Ristiyanti & Ihalauw, J.O.I, John.(2005). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Pareno, Sam Abede. (2002). *Kuliah Komunikasi*. Surabaya : Papyrus.
- Sarlito Wirawan Sarwono. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Singarimbun, Masri. Effendy, Sofyan. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Penerbit Pustaka LP3ES.

Wells, William, John Burnett, dan Sandra Moriarty.(1999). *Advertising :Principles and Practice*. Prentice Hall

Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buana Pustaka Indonesia.

Sumber Jurnal :

Erika Wijaya, (2008). Deskripsi Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Terpaan Iklan Ciputra Waterpark di Media Komunikasi. Perpustakaan Universitas Kristen Petra.

Sumber Online :

<http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Risksedas%202013.pdf>. (diakses tanggal 9 juli 2015 pukul 11.00 WIB).

<http://health.kompas.com/read/2014/04/07/1524508/Sekali.lagi.Katakan.Tidak.Memilih.Caleg.yang.merokok>. (diakses tanggal 9 juli 2015 pukul 11.10 WIB).

<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/kemas/article/download/3064/3081> (diakses tanggal 9 juli 2015 pukul 11.030 WIB).

