

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, menggunakan teori yang telah ada serta pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut. Iklan layanan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap siswa Kota Batam mengenai informasi *hoax* di media sosial (studi pada iklan lawan berita *hoax* TransTV) dengan nilai korelasi sebesar 0,297 atau 29,7% sedangkan sisanya sebanyak 70,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Pengaruh terkuat pada masing-masing indikator iklan lawan berita *hoax* TransTV di *YouTube* dan sikap yaitu pada indikator *persuasif* iklan terhadap *kognitif* sikap dengan nilai sebesar 0,361 atau 36,1%. Sedangkan untuk pengaruh terlemah pada masing-masing indikator iklan lawan berita *hoax* TransTV di *YouTube* dan sikap yaitu pada indikator *relevant* iklan terhadap *konatif* sikap, yaitu dengan nilai 0,000 atau 0 %. Namun perlu diperhatikan bahwa lemahnya pengaruh iklan terhadap sikap tergantung dari komunikasi, yang mana tidak dapat dipaksakan oleh komunikator.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjelaskan variabel-variabel dengan menambah obyek penelitian yang tidak terfokus dengan iklan layanan masyarakat. Sehingga diharapkan dapat menjelaskan pengaruh variabel-variabel secara lebih luas.
2. Bagi TransTV Diharapkan mampu menampilkan iklan layanan masyarakat yang lebih lebih *relevant*/berkaitan dengan masalah, agar masyarakat mau mengikuti anjuran atau ajakan TransTV untuk lebih cermat dan teliti menyikapi informasi *hoax* di media sosial.
3. Bagi masyarakat diharapkan lebih berhati-hati dengan informasi *hoax* terutama di media sosial, dan tidak langsung menyebar luaskan sebelum melakukan pengecekan terlebih dahulu.