

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 23 responden, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel sikap konsumen terhadap pesan iklan Lifebuoy versi “Cuci Tangan” (X) dengan variabel perilaku cuci tangan dengan sabun pada ibu-ibu di Perumahan Winong Yogyakarta (Y) yang ditunjukkan dengan hasil analisa Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

Antara variabel sikap konsumen terhadap pesan iklan Lifebuoy versi “Cuci Tangan” (X) dengan variabel perilaku cuci tangan dengan sabun pada ibu-ibu di Perumahan Winong Yogyakarta (Y) terdapat hubungan yang terukur. Melihat dari hasil koefisien korelasi antara X dan Y adalah 0,745 maka hubungan tersebut termasuk dalam kategori kuat dan positif.

Hal ini mencerminkan bahwa antara sikap konsumen terhadap pesan iklan Lifebuoy versi cuci tangan dengan perilaku cuci tangan dengan sabun pada ibu-ibu di Perumahan Winong Yogyakarta mempunyai hubungan yang kuat.

Dapat disimpulkan di sini bahwa hubungan antara variabel tersebut di atas bersifat positif. Semakin positif sikap responden terhadap pesan iklan Lifebuoy versi “Cuci Tangan” maka akan semakin positif pula perilaku responden untuk mencuci tangan dengan sabun.

B. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan dari hasil analisa data, maka penulis mengajukan saran-saran yang didasarkan pada berbagai pendapat dan pemikiran baik dari responden maupun penulis sendiri:

1. Meskipun pesan iklan Lifebuoy versi “Cuci Tangan” sudah cukup mudah dipahami oleh ibu-ibu di Perumahan Winong Yogyakarta, ada baiknya untuk mendapatkan pemahaman yang benar juga diadakan acara off air mencuci tangan yang benar bagi ibu-ibu. Jika selama ini kegiatan semacam ini sudah dilaksanakan di sekolah-sekolah, maka acara yang sama juga bisa diadakan bagi ibu-ibu, dengan harapan para ibu akan menjadi agen cuci tangan di lingkungan keluarganya, sehingga perilaku mencuci tangan dengan sabun ini menjadi kebiasaan sehat yang dilakukan oleh lebih banyak lagi anggota masyarakat.
2. Sebagai bagian dari keluarga yang memegang peran penting, ibu-ibu diharapkan menyebarkan perilaku sehat cuci tangan dengan sabun pada seluruh anggota keluarganya. Bukan hanya di empat saat penting tapi juga sebelum melakukan kegiatannya sehari-hari, misalnya memasak, menyuapi anak, dan sebagainya. Bermula dari perilaku cuci tangan dengan sabun yang dilakukan setiap memulai kegiatan sehari-hari diharapkan anggota keluarga akan lebih terlindungi dari berbagai penyakit sekaligus mewariskan kebiasaan sehat pada anak dan keluarga.

Demikian saran-saran yang dapat dikemukakan oleh penulis, semoga dapat dijadikan pertimbangan dalam usaha untuk meningkatkan perilaku mencuci tangan dengan sabun, yang pada akhirnya akan menjadi kebiasaan baik dan hasil akhirnya berupa masyarakat yang sehat.



Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee dan Johnson. 2007. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution. 2001. *Metode Research*. Jakarta: Bina Aksara.
- Peter dan Olson. 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sears, David O, Freedman, Jonathan dan Peplau, L. Anne. 1988. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun dan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sulaksana, Uyung. 2005. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wibowo, Wahyu. 2003. *Sihir Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Website:

http://id.wikipedia.org/wiki/Taksonomi_Bloom#Pemahaman_.28Comprehension.29

http://id.wikipedia.org/wiki/Benjamin_S._Bloom

<http://www.unilever.co.id/id/brands/personalcarebrands/lifebuoy/>



Pertanyaan Angket

A. Setelah anda menyaksikan tayangan iklan sabun Lifebuoy versi cuci tangan, berikan respon anda terhadap pernyataan di bawah ini. Pernyataan-pernyataan ini mengacu pada sikap anda terhadap pesan iklan sabun Lifebuoy. Respon harus berdasarkan penilaian anda sendiri. Tunjukkan sikap anda dengan memberi tanda \surd (centang) di kolom yang sudah disediakan, satu tanggapan saja pada setiap pernyataan. Jumlah pernyataan adalah 9 buah.

Berikanlah tanda \surd (centang) jika anda:

S – Setuju : Setuju dengan pernyataan yang diajukan

R – Ragu-ragu : Meragukan pernyataan yang diajukan

TS – Tidak Setuju : Tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan

No	Pernyataan	S	R	TS
1.	Cuci tangan dengan sabun adalah salahsatu nilai hidup sehat.			
2.	Pesan iklan untuk mencuci tangan di empat saat penting mudah anda pahami.			
3.	Pesan iklan untuk mencuci tangan setelah berjabat tangan adalah tindakan yang anda anggap baik.			
4.	Penting untuk mencuci tangan setelah bersin.			
5.	Pesan iklan untuk mencuci tangan setelah menggunakan sarana umum adalah tindakan yang			

	anda anggap baik.			
6.	Anda percaya dengan pesan iklan bahwa mencuci tangan dengan sabun bisa menghindarkan kita dari terserang flu A.			
7.	Anda menyukai pesan iklan yang mengatakan bahwa mencuci tangan yang benar adalah di bawah air mengalir.			
8.	Prosentase tidak masuknya anak ke sekolah karena sakit ada hubungannya dengan kebiasaan cuci tangan.			
9.	Kebiasaan cuci tangan dengan sabun yang dilakukan perorangan (mandiri) membawa dampak kesehatan yang lebih luas, bagi masyarakat.			

B. Tunjukkan kebiasaan anda tentang mencuci tangan, dengan melingkari pilihan jawaban yang telah disediakan. Jumlah pertanyaan adalah 21 buah.

1. Anda mencuci tangan dengan sabun sebelum makan.

- a. ya
- b. tidak

2. Anda mencuci tangan dengan sabun setelah menggunakan sarana umum.

- a. ya
- b. tidak

3. Anda mencuci tangan dengan sabun setiap selesai bersin.

- a. ya
- b. tidak

4. Ketika anda mencuci tangan selalu juga mencuci bagian punggung tangan dan sela-sela jari, sesuai dengan tayangan iklan sabun Lifebuoy.

- a. ya
- b. tidak

5. Jika anda makan menggunakan sendok dan garpu, sebelumnya anda mencuci tangan dengan sabun.

- a. ya
- b. tidak

6. Jika anda baru saja menggunakan telepon umum, anda kemudian mencuci tangan dengan sabun.

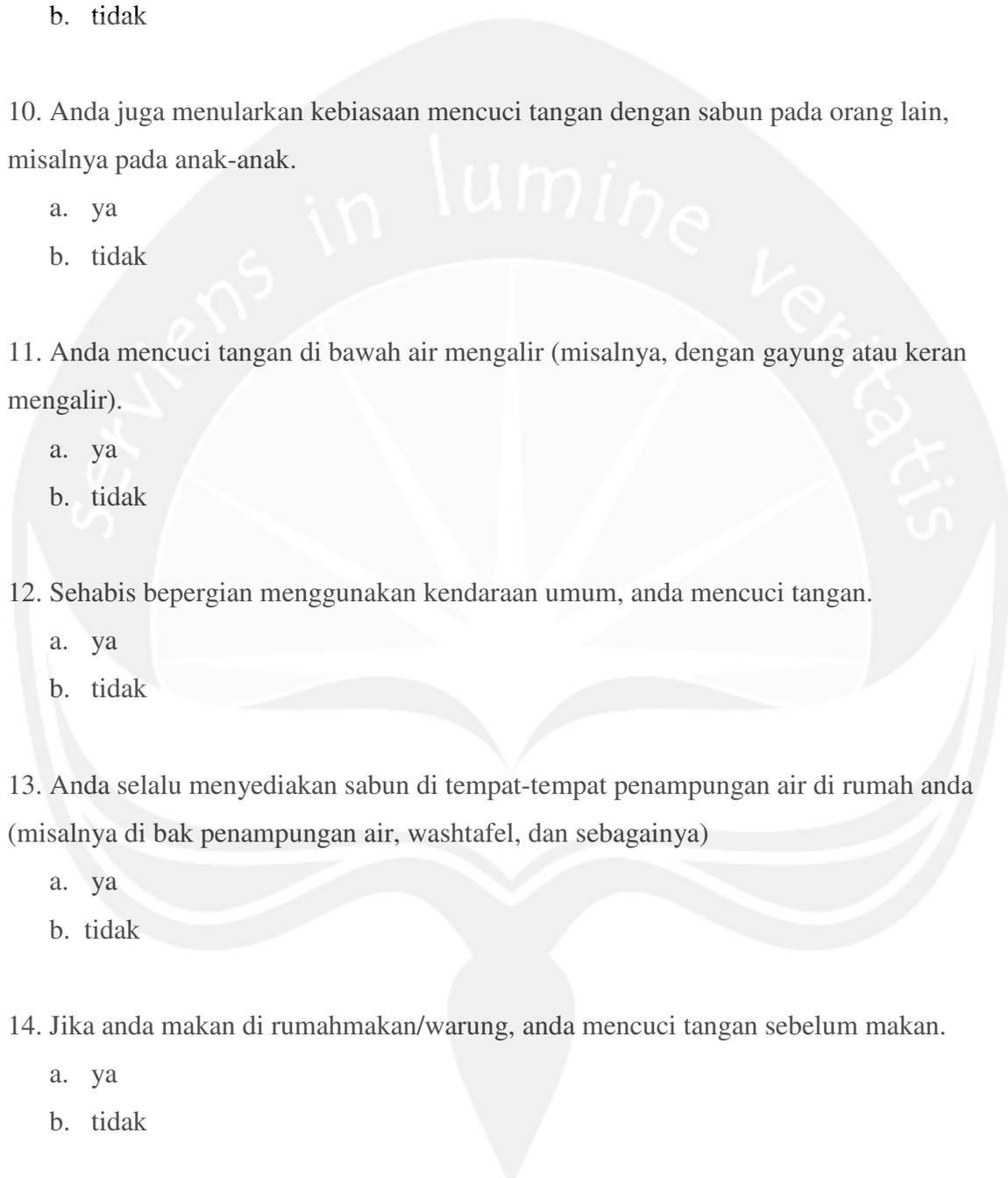
- a. ya
- b. tidak

7. Sehabis bersalaman dengan orang yang anda kenal, anda mencuci tangan dengan sabun.

- a. ya
- b. tidak

8. Sehabis bersalaman dengan orang yang baru saja anda kenal, anda mencuci tangan dengan sabun.

- a. ya
- b. tidak

- 
9. Setelah bepergian, anda mencuci tangan dengan sabun.
- ya
 - tidak
10. Anda juga menularkan kebiasaan mencuci tangan dengan sabun pada orang lain, misalnya pada anak-anak.
- ya
 - tidak
11. Anda mencuci tangan di bawah air mengalir (misalnya, dengan gayung atau keran mengalir).
- ya
 - tidak
12. Sehabis bepergian menggunakan kendaraan umum, anda mencuci tangan.
- ya
 - tidak
13. Anda selalu menyediakan sabun di tempat-tempat penampungan air di rumah anda (misalnya di bak penampungan air, washtafel, dan sebagainya)
- ya
 - tidak
14. Jika anda makan di rumahmakan/warung, anda mencuci tangan sebelum makan.
- ya
 - tidak
15. Anda menggunakan sabun yang disediakan di rumahmakan/warung untuk mencuci tangan saat anda akan makan di rumahmakan/warung tersebut.
- ya

b. tidak

16. Anda merasa lebih jarang terkena Flu, setelah melakukan kebiasaan cuci tangan dengan sabun.

a. ya

b. tidak

17. Setelah menggunakan alat-alat kantor yang dipakai bersama dengan rekan lain, misalnya komputer atau faksimili, anda mencuci tangan.

a. ya

b. tidak

18. Anda menyimpan dan menggunakan cairan pembunuh kuman (khusus tangan) untuk berjaga-jaga jika tidak ada air untuk cuci tangan.

a. ya

b. tidak

19. Anda menyimpan dan menggunakan tisu basah untuk berjaga-jaga jika tidak ada air untuk cuci tangan.

a. ya

b. tidak

20. Anda mencuci tangan dengan sabun sebelum memasak.

a. ya

b. tidak

21. Anda merasakan lebih sehat dengan kebiasaan cuci tangan dengan sabun.

a. ya

b. tidak

Terimakasih atas kerjasama anda.

OUTPUT SPSS

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman	23	1.00	3.00	2.6087	.54265
Ketertarikan	23	1.33	3.00	2.6522	.46578
Kepercayaan	23	1.50	3.00	2.4674	.37161
Sikap	23	1.56	3.00	2.5604	.37825
Valid N (listwise)	23				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
frekuensi	23	1.08	2.00	1.5552	.25718
cara	23	1.00	2.00	1.5435	.29822
dampak	23	1.00	2.00	1.6739	.41584
keaktifan	23	1.00	2.00	1.5942	.28349
menularkan kebiasaan	23	1.00	2.00	1.5217	.51075
Perilaku	23	1.05	1.90	1.5694	.23039
Valid N (listwise)	23				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sikap	23	1.56	3.00	2.5604	.37825
Perilaku	23	1.05	1.90	1.5694	.23039
Valid N (listwise)	23				