

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari analisis diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini pun dapat terjawab. Peneliti membagi kesimpulan menjadi dua yakni kesimpulan praktis dan teoritis.

##### 1. Kesimpulan Praktis

a. Komunikasi persuasi dalam *factory visit* PT. Djarum efektif dalam merubah persepsi mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan persepsi dimana mahasiswa memiliki persepsi yang lebih positif terhadap isu seputar efek merokok.

b. Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi *audience* maka faktor yang paling berpengaruh adalah kredibilitas *persuader*, tingkat *ego involvement audience*, dan tingkat ketertarikan *audience*. Sementara faktor lainnya seperti kualitas pesan, tingkat *audience anxiety*, tingkat kepuasan *audience*, serta derajat inovatif *audience* tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi perubahan persepsi *audience*.

c. Variabel tingkat pengetahuan sebagai variabel intervening memiliki pengaruh terhadap perubahan persepsi, dan dalam penelitian ini variabel tingkat pengetahuan hanya dipengaruhi oleh kredibilitas *persuader*, tingkat *ego involvement*, dan tingkat ketertarikan.

## 2. Kesimpulan Teoritis

a. Secara teoritis dapat disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap perubahan persepsi adalah Kredibilitas Sumber pesan, tingkat *ego involvement*, dan tingkat ketertarikan *audience*. Sedangkan faktor lainnya seperti kualitas pesan, tingkat kecemasan *audience*, tingkat kepuasan *audience*, dan derajat inovatif tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan serta perubahan persepsi. Kesimpulan di atas juga memberikan gambaran bahwa melalui penelitian ini akhirnya terbukti bahwa sebuah kegiatan komunikasi persuasif akan menjadi efektif apabila baik faktor yang melekat pada *persuader*, *receiver*, ataupun pesan dapat bekerjasama dengan baik. Dengan demikian maka juga memperkuat teori *social judgement* yang digagas oleh Muzafer Sherrif yang menyatakan bahwa faktor *audience* juga berperan penting dalam menentukan perubahan persepsi *audience*.

Hal ini dimungkinkan terjadi karena *audience* memiliki kebebasan untuk menentukan faktor yang menyebabkannya mengelaborasi sebuah pesan, Seperti yang diungkapkan oleh Petty dan Cacciopo (Griffin,2003:199) dalam teorinya *Elaboration Likelihood* bahwa *audience* memiliki dua rute yang dapat ditempuh dalam proses penerimaan pesan persuasi. Jalur *Central*, yakni jalur yang mengutamakan kualitas pesan dan jalur *peripheral*, yang mengutamakan faktor eksternal seperti kredibilitas *persuader*, *closeness*, dan simpati terhadap *persuader*. Kedua jalur ini nantinya berakhir pada tingkat ketahanan pesan persuasi dalam benak *receiver*. Pesan yang diterima melalui jalur *central* akan bertahan lama dalam benak *persuader*, bahkan memungkinkan timbulnya

perubahan perilaku, sedang pesan yang melalui jalur *peripheral* hanya akan bertahan untuk jangka waktu yang pendek dan sangat sulit untuk menimbulkan perubahan perilaku.

b. Meskipun terdapat perubahan persepsi namun perubahan ini hanya untuk jangka waktu yang pendek. Hal ini didasarkan pada teori elaborasi yang dicetuskan oleh Petty dan Caciopo (Griffin,2003:199) bahwa faktor-faktor ketertarikan yang berdasar pada *performance persuader* maka hanya akan menghasilkan efek perubahan yang sementara. Selain itu, jika dilihat dari hasil analisis maka *egoinvolvement* memang berpengaruh terhadap perubahan persepsi namun dalam penelitian ini *audience* memiliki tingkat *egoinvolvement* yang rendah. Maka menurut teori *Social Judgment* (Griffin, 2003: 190) komunikasi persuasif yang semacam ini tidak akan menimbulkan efek perubahan yang sangat berarti. Karena semakin sebuah isu menduduki prioritas yang penting dalam diri seseorang dan seorang *persuader* berhasil mempersuasinya maka efek yang ditimbulkan akan sangat positif. Jadi dalam penelitian ini meskipun ada perubahan namun, perubahan tersebut bukanlah sesuatu yang sangat berarti bagi *audience* karena isu yang disampaikan memang tidak menduduki prioritas utama dalam kehidupannya.

## B. SARAN

Adapun saran yang dapat dikemukakan untuk penelitian dan *event factory visit* ini agar dapat berjalan lebih baik lagi adalah:

1. Bagi akademis

Perlu diketahui bahwa *audience* yang mengikuti *factory visit* tidak hanya berasal dari mahasiswa, oleh karenanya akan lebih baik jika dimasa yang akan datang terdapat penelitian serupa untuk target *audience* yang berbeda tentunya dengan isu penelitian yang disesuaikan.

2. Bagi praktis

Dari hasil temuan lapangan ditemukan bahwa kualitas pesan, tingkat *audience anxiety*, tingkat kepuasan *audience*, serta derajat inovatif *audience* tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi perubahan persepsi *audience* karenanya dikhawatirkan efek yang ditimbulkan bagi perubahan persepsi hanyalah efek jangka pendek. Oleh karenanya saran bagi kegiatan *factory visit* adalah:

- a. Diperlukan isi pesan yang lebih menarik misalnya dengan menambahkan informasi yang memiliki kedekatan dengan bidang keilmuan mahasiswa sehingga isi pesan yang sudah berkualitas juga menarik bagi mahasiswa untuk dipahami. Selain itu, pemahaman akan *audience* juga menjadi hal yang penting. Ini berarti riset selanjutnya untuk mengetahui karakter *audience* dalam mengolah pesan pun juga diperlukan.

- b. Tingkat kecemasan *audience* dalam kegiatan ini tinggi, ini berarti *audience* tidak merasa nyaman selama mengikuti *factory visit*. Untuk itu PT.

Djarum perlu mempersiapkan pembicara terutama pada saat *touring* yang bisa membangun kedekatan awal sehingga *audience* memiliki suasana hati yang nyaman saat sesi pemberian informasi. Selain itu, perlu juga untuk membawa mahasiswa merasa memiliki keterkaitan dengan perusahaan terlebih informasi misalnya dengan meminta pada kelompok kunjungan mahasiswa untuk membuat sebuah review kunjungan secara kolektif. Hal ini akan menyebabkan mahasiswa mau tidak mau mengolah informasi berdasarkan kontennya bukan hanya aspek ketertarikan pada penyampaian pesan yang menarik.

c. Tingkat kepuasan *audience* yang berasal dari olahan data tinggi namun tidak dapat mempengaruhi perubahan persepsi. Hal ini berarti PT. Djarum perlu untuk lebih menggali lagi apa yang dibutuhkan oleh mahasiswa selain menjalin hubungan yang baik serta kebutuhan akan informasi. Untuk itu riset selanjutnya untuk mengetahui *need and wants* dari *audience* pun diperlukan.

## DAFTAR PUSTAKA

Belch, George E and Belch, Michael A. 2007. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.

Borchers, Timothy A. 2005. *Persuasion In The Media Age*. New York: McGraw-Hill.

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Griffin, E.M. 2003. *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.

Hybels, Sandra and Weaver, Richard L. 2004. *Communicating Effectively 7th ed.* New York: McGraw-Hill.

Jogiyanto, 2008. *Pedoman Survei Kuisisioner*. Yogyakarta: BPF.

Larson, Charles U. 1986. *Persuasion: Reception and Responsibilities*. California: Wadsworth Publishing Company.

Neuman, Lawrence W. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Vol 3. London: Allyn and Bachon.

Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

Sunyoto,Danang. 2007. Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat. Jakarta: Amara Books.

<http://www.depkop.go.id/component/content/article/337-dilema-csr-perusahaan-rokok-tolak-atau-terima.html>. diakses pada 12 September 2009. Pukul 22.43









**LAMPIRAN**

## KUISIONER 01

### A. Identitas Responden

1. Kode responden: \_\_\_\_\_ (mohon untuk diingat)

### B. Daftar Pertanyaan

(Petunjuk Pengisian: Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang menggambarkan penilaian anda. Dengan ketentuan: SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju)

No	Penilaian anda mengenai PT. Djarum sebagai industri rokok.	SS	S	TS	STS
1	Keberadaan industri rokok khususnya PT. Djarum tidak menjadi solusi bagi permasalahan tenaga kerja.				
2	Keberadaan industri rokok khususnya PT. Djarum menimbulkan pencemaran bagi lingkungan.				
3	Keberadaan industri rokok merugikan masyarakat				
	<b>Penilaian anda mengenai Merokok</b>				
4	Merokok dapat menimbulkan berbagai gangguan kesehatan.				
5	Merokok memberi kesempatan bagi sejumlah racun untuk merusak organ tubuh				
6	Merokok dapat menyebabkan kematian				
7	Merokok merupakan dosa karena dilarang oleh agama				
	<b>Penilaian anda mengenai perokok pasif</b>				
8	Merokok dapat merugikan orang lain disekitar perokok (perokok pasif)				
9	Perokok pasif memiliki resiko gangguan kesehatan yang sama atau bahkan lebih parah bila dibandingkan dengan perokok aktif				
10	Merokok merupakan dosa karena merugikan orang lain				
	<b>Penilaian anda mengenai CSR perusahaan rokok</b>				
11	CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) perusahaan rokok merupakan upaya untuk membeli simpati masyarakat demi menjaga nama baiknya				
12	CSR perusahaan rokok merupakan usaha untuk meredakan sikap pro dan kontra masyarakat atas perusahaan rokok				
13	CSR perusahaan rokok bukan merupakan sebuah niat baik karena didalamnya terkandung maksud tertentu.				

## KUISIONER 02

## A. Identitas Responden

Kode responden:

(Mohon diisi sesuai dengan identitas yang telah anda isikan pada kuisioner sebelumnya)

## B. Daftar Pertanyaan

(Petunjuk Pengisian: Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang menggambarkan penilaian anda. Dengan ketentuan: SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju)

No	Penilaian anda terhadap kredibilitas sumber pesan	SS	S	TS	STS
1.	Pembicara memberikan banyak informasi berharga yang dapat menambah wawasan anda				
2	Pembicara merupakan orang yang baik, bersahaja dan menyenangkan sehingga membuat anda nyaman saat berkomunikasi dengannya				
3	Pembicara menyampaikan informasi dengan jujur				
4	Pembicara memberikan pesan yang positif dan sangat berharga serta menguntungkan bagi anda				
5	Pembicara memiliki latar belakang yang sesuai dengan pesan yang disampaikan				
6	Pembicara merupakan pribadi yang menarik sehingga anda bersedia menerima informasi yang disampaikan				
7	Pembicara mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan sistematis sehingga mudah dipahami				
8	Pembicara mampu mengemukakan alasan yang jelas untuk mendasari setiap ide-idenya				
9	Pembicara mampu memberikan pembuktian yang logis, masuk akal, serta berdasarkan sumber bukti yang terpercaya				
10	Pembicara tampil dengan tenang dan meyakinkan saat memberikan informasi				
11	Pembicara mampu mempetahankan kontak mata dengan pendengar pada saat memberikan informasi				
12	Pembicara memiliki artikulasi serta kualitas suara yang baik sehingga mendukungnya untuk tampil prima dan menarik saat menyampaikan informasi				
	<b>Penilaian anda terhadap Kualitas Pesan</b>				
13	Informasi yang diberikan mengandung unsur utama sebuah pesan yang baik yakni sebab – akibat – dan kesimpulan				
14	Informasi tersusun secara jelas sehingga inti pesan mudah untuk dipahami				
15	Informasi yang diberikan dikemas secara menarik sehingga memudahkan anda untuk mencerna serta mengingatnya				
16.	Informasi yang diberikan memiliki alasan yang logis yang menjadi dasar dari setiap detail				

	informasi				
17	Informasi dilengkapi dengan bukti yang berasal dari sumber yang terpercaya				
	<b>Tingkat kecemasan audience</b>				
18	Anda merasa nyaman selama mengikuti <i>factory visit</i> .				
19	Anda merasa nyaman saat menerima informasi baru yang berlainan dengan keyakinan anda.				
20	Anda dapat secara cepat mengambil sebuah keputusan yang berasal dari informasi baru.				
21	Anda merupakan tipe orang yang dapat merasa yakin untuk memtuskan sesuatu meskipun informasi tersebut baru saja anda dapatkan.				
	<b>Tingkat ego involvement audience</b>				
22	Isu mengenai industri rokok merupakan isu yang sangat penting bagi anda.				
23	Isu mengenai industri rokok menempati posisi yang krusial dalam kehidupan anda.				
24	Anda banyak mencari informasi yang berkaitan dengan industri rokok.				
25	Anda tergabung dalam organisasi yang memiliki keyakinan yang bertentangan dengan perusahaan rokok.				
	<b>Tingkat ketertarikan audience</b>				
26	Anda sangat tertarik untuk mengikuti <i>factory visit</i>				
27	Anda sangat antusias untuk mendapatkan informasi yang baru seputar industri rokok.				
28	Informasi yang diberikan berguna untuk menambah informasi yang sesuai dengan bidang kuliah anda.				
	<b>Tingkat kepuasan audience</b>				
29	Anda merasa melalui <i>factory visit</i> ini, kebutuhan anda akan jalinan kebersamaan yang baik dengan PT. Djarum terpenuhi				
30	Kebutuhan anda akan informasi terutama yang berkaitan dengan industri rokok terjawab dan terpenuhi melalui <i>factory visit</i> ini.				
31	Melalui <i>factory visit</i> ini, kebutuhan anda untuk membangun hubungan yang baik dengan PT. Djarum terpenuhi.				
	<b>Derajat inovatif</b>				
32	Anda termasuk orang yang mau terbuka pada hal baru.				
33	Anda termasuk orang yang tertarik untuk mengetahui dan belajar hal yang baru.				
34	Anda termasuk orang yang berani untuk melakukan perubahan karena informasi baru.				
35	Bagi anda perubahan terutama yang dipengaruhi oleh bertambahnya pengetahuan merupakan hal yang positif.				
	<b>Tingkat pengetahuan dan pemahaman audience (isilah berdasarkan informasi yang</b>	<b>benar</b>	<b>salah</b>		

	<b>telah anda terima)</b>		
36	CSR bagi PT. Djarum adalah niat baik untuk membangun masyarakat		
37	PT. Darum telah memiliki cara dan upaya untuk meminimalkan pencemaran lingkungan misalnya dengan secara rutin menguji emisi cerobong asapnya		
38	Merokok tidak menimbulkan efek negatif bagi kesehatan asalkan dinikmati dengan bijak.		
39	Seorang ahli bernama parachelcus pernah memberikan statement bahwa di dunia ini tidak ada yang dapat di kelompokkan sebagai racun		
40	Penelitian WHO membuktikan bahwa merokok bukanlah hal yang paling berpotensi menyebabkan kematian.		
41	Keberadaan sebuah perusahaan rokok menyerap tenaga kerja		
42	Penghijauan oleh PT. Djarum dimulai di Kudus pada tahun 1977 dan merupakan bentuk CSR pertama PT. Djarum.		
43	Penghijauan PT. Djarum hanya difokuskan untuk kota Kudus.		
44	Beasiswa PT. Djarum hanya ditujukan untuk anak karyawan PT. Djarum sendiri.		
45	Tubuh manusia dilengkapi dengan sejumlah organ untuk mengolah racun yang masuk		

**(Petunjuk Pengisian: Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang menggambarkan penilaian anda. Dengan ketentuan: SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju)**

No	Penilaian anda mengenai PT. Djarum sebagai industri rokok.	SS	S	TS	STS
1	Keberadaan industri rokok khususnya PT. Djarum tidak menjadi solusi bagi permasalahan tenaga kerja.				
2	Keberadaan industri rokok khususnya PT. Djarum menimbulkan pencemaran bagi lingkungan.				
3	Keberadaan industri rokok merugikan masyarakat				
	<b>Penilaian anda mengenai Merokok</b>				
4	Merokok dapat menimbulkan berbagai gangguan kesehatan.				
5	Merokok memberi kesempatan bagi sejumlah racun untuk merusak organ tubuh				
6	Merokok dapat menyebabkan kematian				
7	Merokok merupakan dosa karena dilarang oleh agama				
	<b>Penilaian anda mengenai perokok pasif</b>				
8	Merokok dapat merugikan orang lain disekitar perokok (perokok pasif)				
9	Perokok pasif memiliki resiko gangguan kesehatan yang sama atau bahkan lebih parah bila dibandingkan dengan perokok aktif				

10	Merokok merupakan dosa karena merugikan orang lain.				
	<b>Penilaian anda mengenai CSR perusahaan rokok</b>				
11	CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) perusahaan rokok merupakan upaya untuk membeli simpati masyarakat demi menjaga nama baiknya				
12	CSR perusahaan rokok merupakan usaha untuk meredakan sikap pro dan kontra masyarakat atas perusahaan rokok				
13	CSR perusahaan rokok bukan merupakan sebuah niat baik karena didalamnya terkandung maksud tertentu.				



