

Bab IV

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dana analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil uji korelasi, diperoleh nilai 0,673. Dapat disimpulkan bahwa variabel sikap masyarakat dengan iklan layanan masyarakat memiliki korelasi yang kuat.
2. Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis Versi Cut Mini berpengaruh terhadap sikap masyarakat Desa Banguntapan kepada pemerintah. Hal ini diperoleh dari hasil analisis nilai *R Square* pada tabel uji regresi dengan nilai sebesar 45,2%.
3. Pengaruh yang ditimbulkan oleh Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis Versi Cut Mini adalah positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat Desa Banguntapan. Kesimpulan diperoleh dari hasil uji *t*, dengan membandingkan nilai statistik hitung dengan nilai statistik tabel. Nilai *t* hitung 6,296 dan *t* tabel 1,677. Nilai *t* hitung yang lebih besar dari nilai *t* tabel dapat diartikan bahwa pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis signifikan terhadap sikap masyarakat kepada pemerintah.

B. Kesulitan

Sebagai seorang pemula, penulis mendapati berbagai kesulitan dalam menyusun penelitian ini. Adapun kesulitan yang terjadi dalam penelitian ini yaitu

1. Minimnya dialog yang terdapat dalam iklan, sehingga bagi masyarakat awam mengalami kesulitan dalam memahami jalan cerita iklan.
2. Sedikitnya informasi tentang iklan tersebut di media membuat penulis kesulitan dalam mencari data-data seputar iklan tersebut.
3. Karena keterbatasan peneliti, maka komposisi responden dan penyebaran kuisioner pada responden kurang.

C. Saran

Setelah mendapatkan beberapa kesimpulan, penulis akan memberikan saran bagi penelitian selanjutnya :

1. Meneliti faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi persepsi audiens seperti faktor budaya, motivasi akan memperkecil kelemahan yang didapat dalam penelitian ini.
2. Meneliti efek dari iklan mulai dari tataran kognitif sampai tataran konatif. Sehingga proses perubahan sikap di dalam suatu masyarakat dapat lebih terpetakan dengan jelas.

Demikianlah kesimpulan serta saran yang dibuat penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 1995. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, S. 2002. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Azwar, S. 2008. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Edisi Kedua. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Dyah Oneng, 2005, *Pengaruh Kampanye Iklan Pemilu 2004 Di Televisi Terhadap Keputusan Voters Untuk Memilih Calon Presiden Dan Wakil Presiden Di Kelurahan Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, Tesis, UNS, Surakarta.
- Effendi, Onong Uchyana, 2002, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pusat Antar Universitas Bidang Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia, Grafiti, Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. Indeks. Jakarta.
- Komputer, Wahana. 2006. *Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS 14*. Salemba Infotek. Jakarta
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, L. L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh, Jakarta: Indeks.
- Severin, W. J. dan Tankard, J. W, Jr. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan dalam Media Massa*. Edisi Kelima, Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1997, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.
- Sigit, Soehardi, 2003, *Pengantar Metodologi Penelitian : Sosial, Bisnis, Manajemen*, BPEF UST, Yogyakarta.
- Susanto, A. S. 1989. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Jilid 3. Binacipta. Jakarta.
- Walgito, B. 2003. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyatama, R. 2007. *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.



KUISIONER PENELITIAN

A. Gambaran Responden :

1. Usia :
2. Pendidikan :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :

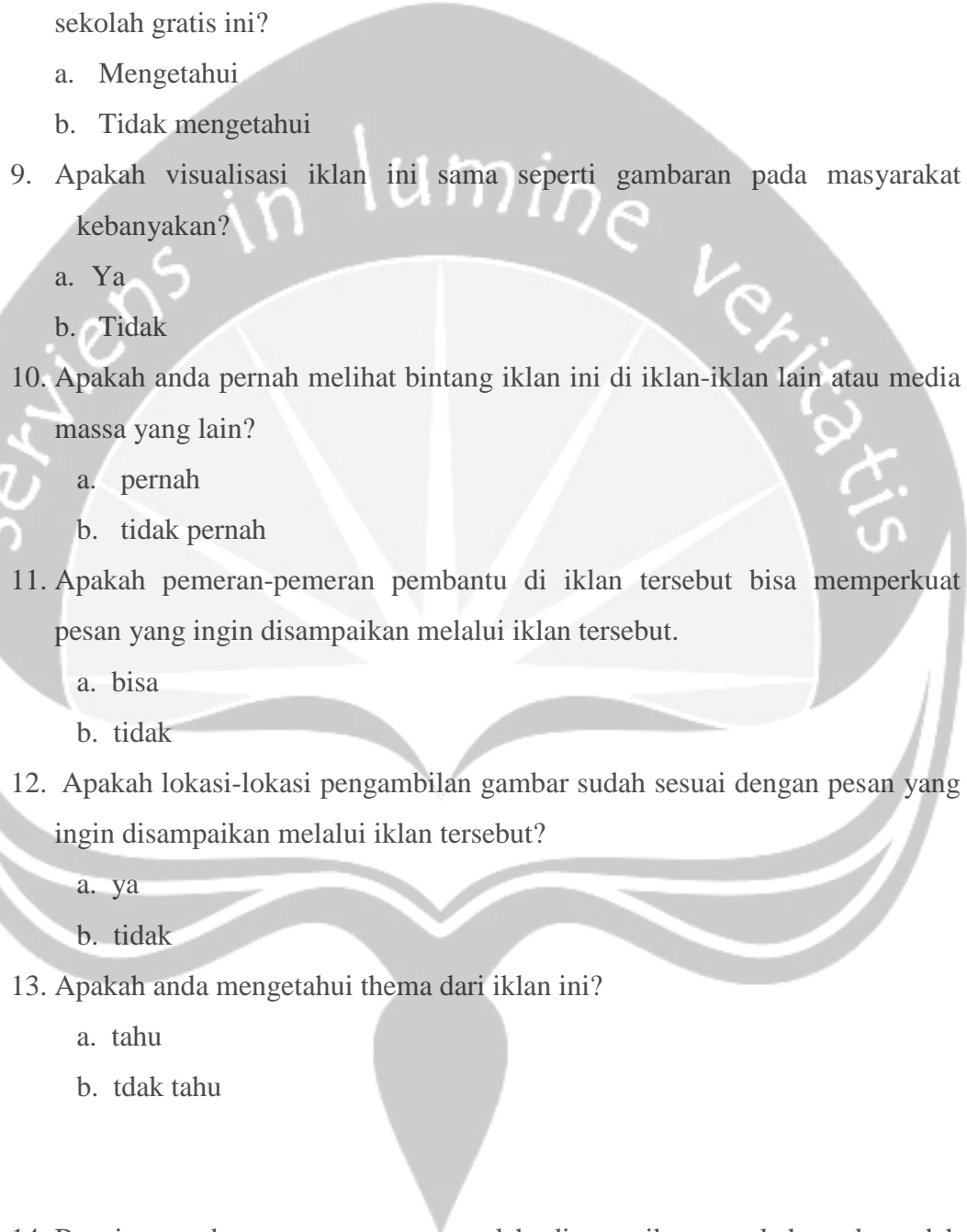
Pertanyaan Inti :

Petunjuk Pengisian :

- ⇒ Berilah tanda centang (√) pada salah satu kotak dibawah ini sebagai alternatif jawaban yang anda pilih
- ⇒ Untuk pertanyaan yang memerlukan jawaban tertulis, isilah jawaban anda pada titik-titik yang tersedia.

A. IKLAN LAYANAN MASYARAKAT VERSI SEKOLAH GRATIS

1. Apakah anda melihat iklan tersebut menarik untuk ditonton?
 - a. ya
 - b. tidak
5. Apakah anda memperhatikan dengan sungguh-sungguh ketika melihat iklan layanan masyarakat versi sekolah gratis tadi?
 - a. Memperhatikan
 - b. Tidak memperhatikan
6. Apakah anda merasa iklan ini berbeda dari iklan-iklan lain yang ditayangkan di televisi?
 - a. Ya
 - b. Tidak

- 
7. Apakah anda ingin menonton kembali iklan ini dari awal sampai akhir?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 8. Apakah anda mengetahui bintang iklan dari iklan layanan masyarakat versi sekolah gratis ini?
 - a. Mengetahui
 - b. Tidak mengetahui
 9. Apakah visualisasi iklan ini sama seperti gambaran pada masyarakat kebanyakan?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 10. Apakah anda pernah melihat bintang iklan ini di iklan-iklan lain atau media massa yang lain?
 - a. pernah
 - b. tidak pernah
 11. Apakah pemeran-pemeran pembantu di iklan tersebut bisa memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui iklan tersebut.
 - a. bisa
 - b. tidak
 12. Apakah lokasi-lokasi pengambilan gambar sudah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan melalui iklan tersebut?
 - a. ya
 - b. tidak
 13. Apakah anda mengetahui thema dari iklan ini?
 - a. tahu
 - b. tidak tahu
 14. Bagaimana dengan pesan yang sudah disampaikan, apakah anda sudah mengetahuinya melalui iklan tadi?
 - a. tahu
 - b. tidak tahu

15. Apakah anda setuju dengan program pemerintah yang disampaikan melalui iklan tersebut?

- a. setuju
- b. tidak setuju

16. Apakah anda menganggap iklan tersebut realistis?

- a. ya
- b. tidak

17. Apakah anda merasa pemerintahan sekarang mampu untuk melaksanakan program sekolah gratis?

- a. ya
- b. tidak

18. Apakah program sekolah gratis ini memang dibutuhkan oleh masyarakat?

- a. ya
- b. tidak

19. Apakah anda merasa aktris Cut Mini sudah cocok untuk memerankan tokoh utama dalam iklan ini?

- a. ya
- b. tidak

20. Apakah tokoh pemerintah yang muncul dalam iklan tersebut cocok untuk dimunculkan dalam iklan tersebut?

- a. ya
- b. tidak

21. Apakah dialog dalam iklan tersebut dapat anda pahami dengan jelas?

- a. ya
- b. tidak

22. Apakah nyanyian dalam iklan tersebut membuat iklan itu jadi terlihat lebih menarik?

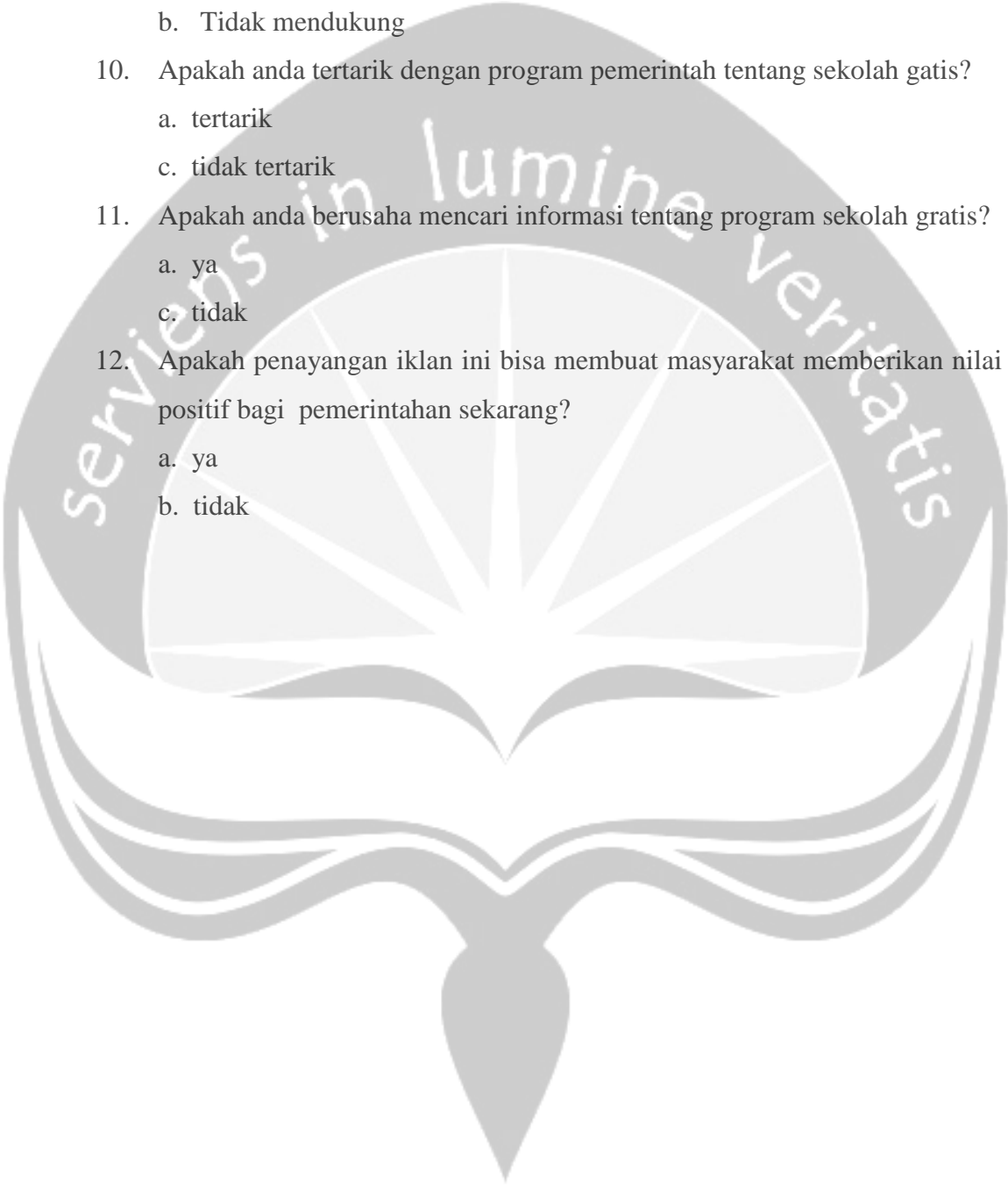
- a. ya
- b. tidak

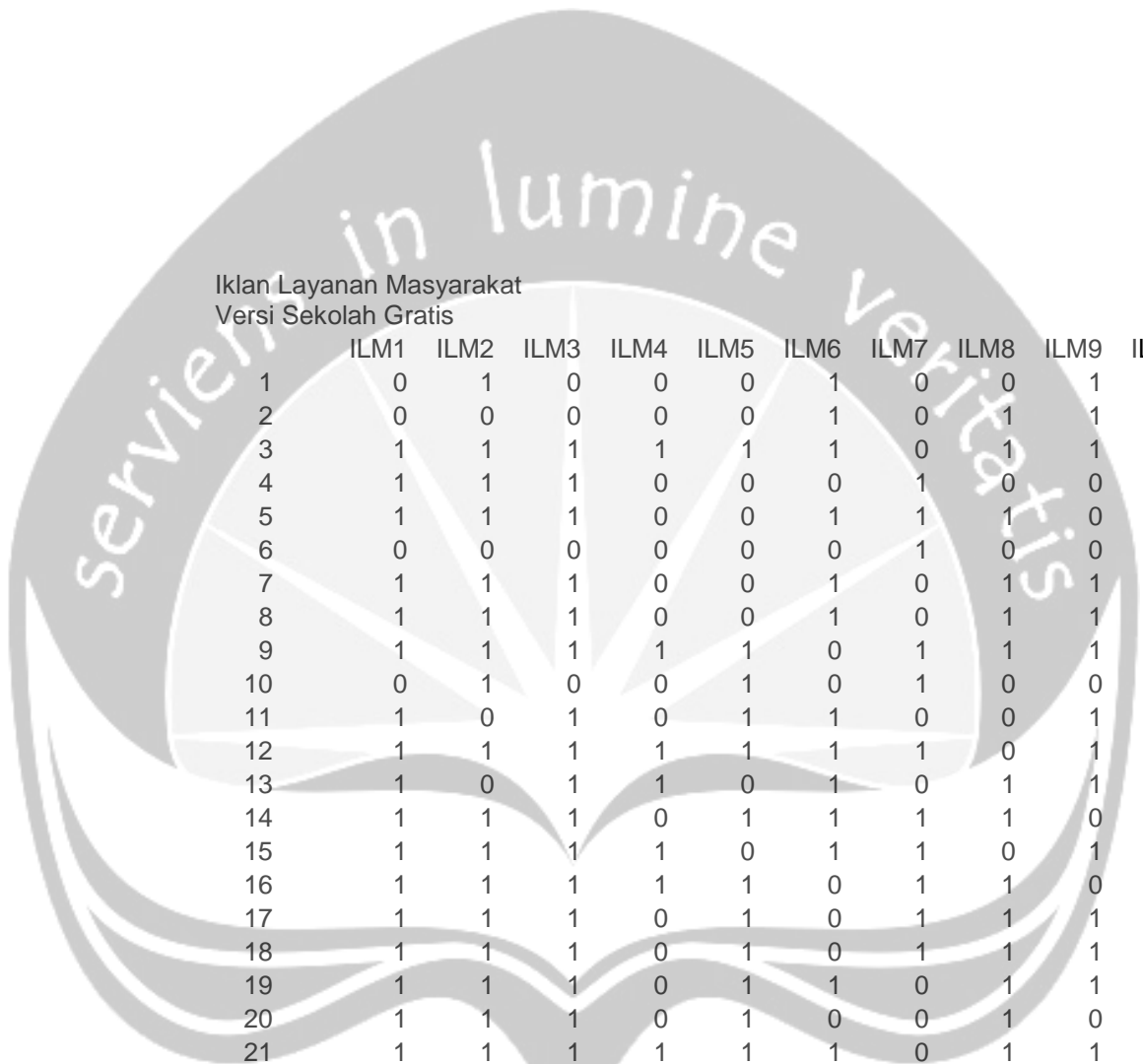
23. Apakah durasi iklan tersebut sudah sesuai, tidak terlalu pendek dan tidak terlalu memakan waktu?

- a. ya
- b. tidak

B. SIKAP MASYARAKAT PADA PEMERINTAH

1. Apakah mengetahui program-program pemerintah?
 - a. Mengetahui
 - b. Tidak mengetahui
2. Apakah mengetahui program-program pemerintah di bidang pendidikan?
 - a. Mengetahui
 - b. Tidak mengetahui
3. Apakah anda tertarik terhadap program – program pemerintah ?
 - a. Tertarik
 - b. Tidak tertarik
4. Apakah anda tertarik terhadap program – program pemerintah di bidang pendidikan?
 - a. Tertarik
 - b. Tidak tertarik
5. Apakah anda tertarik untuk berpartisipasi terhadap program – program pemerintah ?
 - a. Tertarik
 - b. Tidak tertarik
6. Apakah anda senang terhadap pemerintahan sekarang ?
 - a. Senang
 - b. Tidak senang
7. Apakah anda yakin pemerintahan yang sekarang mampu membawa perubahan ke arah yang lebih baik ?
 - a. Yakin
 - b. Tidak yakin
8. Apakah anda mendukung terhadap pemerintahan yang sekarang untuk melaksanakan program-programnya ?
 - a. Mendukung

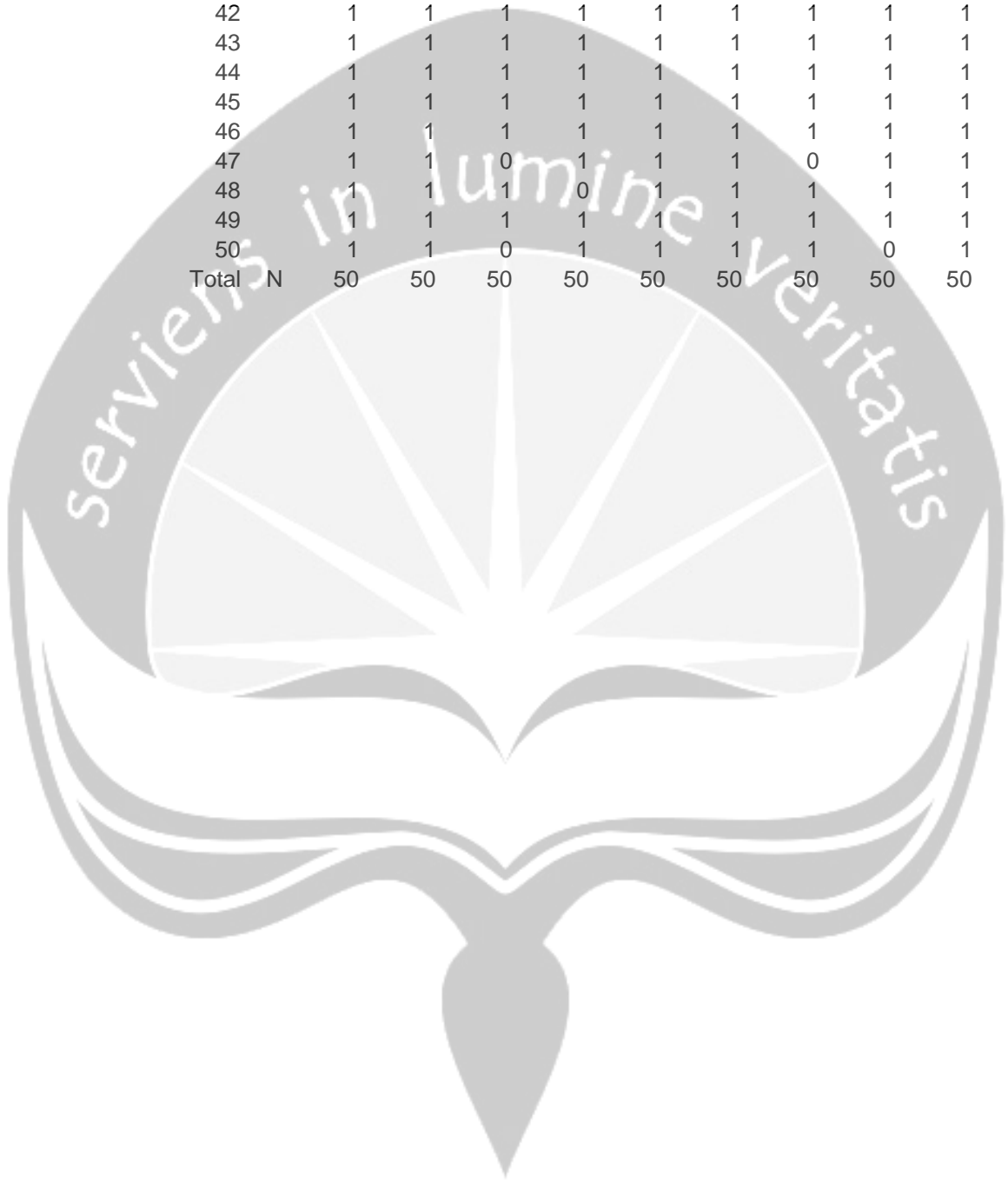
- 
- b. Tidak mendukung
9. Apakah anda mendukung terhadap kebijakan pemerintahan tentang sekolah gratis ?
- a. Mendukung
- b. Tidak mendukung
10. Apakah anda tertarik dengan program pemerintah tentang sekolah gratis?
- a. tertarik
- c. tidak tertarik
11. Apakah anda berusaha mencari informasi tentang program sekolah gratis?
- a. ya
- c. tidak
12. Apakah penayangan iklan ini bisa membuat masyarakat memberikan nilai positif bagi pemerintahan sekarang?
- a. ya
- b. tidak



Iklan Layanan Masyarakat
Versi Sekolah Gratis

	ILM1	ILM2	ILM3	ILM4	ILM5	ILM6	ILM7	ILM8	ILM9	ILM10	ILM11	ILM12
1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1
3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
4	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1
6	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
7	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
8	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0
9	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0
10	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
11	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
13	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1
14	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
15	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
17	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
20	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
22	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1
23	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1
24	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0
25	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
26	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
27	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
34	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
35	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1

36	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
48	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
Total N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50



Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILM1 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.72	16.532	.549	.849
ILM2 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.70	16.663	.535	.850
ILM3 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.82	16.967	.333	.858
ILM4 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.94	16.670	.372	.857
ILM5 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.76	16.268	.585	.847
ILM6 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.78	16.665	.445	.853
ILM7 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.90	16.827	.341	.858
ILM8 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.76	16.798	.421	.854
ILM9 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.76	16.553	.496	.851
ILM10 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.68	16.957	.463	.853
ILM11 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.70	16.786	.492	.852
ILM12 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.62	17.179	.512	.852
ILM13 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.78	16.298	.555	.849
ILM14 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.86	16.327	.490	.851
ILM15 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.60	17.633	.361	.857
ILM16 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.78	16.583	.469	.852
ILM17 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.84	16.382	.486	.851
ILM18 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.72	16.696	.495	.851
ILM19 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.68	17.283	.347	.857
ILM20 Iklan Lay. Masy. Versi Sekolah Gratis	14.86	16.817	.357	.857

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	12

Item-Total Statistics

		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SMP1	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.10	5.398	.427	.790
SMP2	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.16	5.362	.416	.792
SMP3	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.98	5.285	.613	.770
SMP4	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.96	5.672	.409	.790
SMP5	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.90	5.765	.463	.786
SMP6	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.90	5.724	.493	.784
SMP7	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.06	5.527	.388	.794
SMP8	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.94	5.609	.481	.784
SMP9	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.88	5.985	.351	.795
SMP10	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.90	5.806	.433	.789
SMP11	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.08	5.504	.386	.794
SMP12	Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	8.94	5.404	.616	.772

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.80	2.556	50
X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	15.54	4.291	50

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.452	.441	1.911

a. Predictors: (Constant), X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.733	1	144.733	39.638	.000 ^a
	Residual	175.267	48	3.651		
	Total	320.000	49			

a. Predictors: (Constant), X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis

b. Dependent Variable: Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.577	1.025			3.490	.001
	X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	.400	.064	.673		6.296	.000

a. Dependent Variable: Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah

Correlations

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	15.54	4.291	50
Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	9.80	2.556	50

Correlations

		X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah
X Iklan Layanan Masyarakat Versi Sekolah Gratis	Pearson Correlation	1	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y Sikap Masyarakat Pada Pemerintah	Pearson Correlation	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

