

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Merujuk pada hasil dari penelitian “Pengaruh Terpaan Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga di Jawa Tengah” dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel frekuensi memiliki pengaruh yang negatif terhadap perilaku konsumtif. Serta menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara frekuensi menonton sinetron Ikatan Cinta dengan perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga bisa ditarik kesimpulan semakin tinggi frekuensi menonton sinetron Ikatan Cinta maka akan semakin rendah perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga diputuskan H_01 diterima dan H_a1 ditolak.
2. Variabel durasi memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga, namun tidak ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara durasi menonton sinetron Ikatan Cinta dengan perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga bisa dikatakan apabila semakin tinggi durasi menonton sinetron Ikatan Cinta maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif ibu rumah tangga, namun karena tidak ditemukan hubungan yang signifikan, maka diputuskan H_02 diterima dan H_a2 ditolak.
3. Variabel atensi memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Serta menunjukkan adanya hubungan yang signifikan diantara atensi menonton sinetron Ikatan Cinta dengan perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Oleh karena itu bisa ditarik kesimpulan jika semakin tinggi atensi dalam menonton sinetron Ikatan Cinta, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga diputuskan H_03 ditolak dan H_a3 diterima.
4. Variabel Independen terpaan sinetron memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Sehingga semakin tinggi terpaan sinetron yang didapat maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif ibu rumah tangga

di Jawa Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel (X) yang memuat frekuensi, durasi, dan atensi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga diputuskan bahwa H_04 ditolak dan H_a4 diterima.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, ditemukan beberapa implikasi yang dianggap relevan berdasar pada penelitian pengaruh terpaan sinetron Ikatan Cinta terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah, yakni sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Tidak adanya pengaruh antara frekuensi menonton terhadap perilaku konsumtif ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni & Purnama (2014, hlm.86) yang menunjukkan jika tingkat frekuensi menonton tayangan sinetron tidak berpengaruh pada perilaku. Sehingga terdapat faktor-faktor lain diluar frekuensi menonton yang mempengaruhi perilaku penontonnya.
2. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Ryan (2020, hlm. 58) yang sama-sama menunjukkan jika responden memiliki durasi menonton sinetron yang tinggi maka tidak memberikan perubahan yang signifikan terhadap perilaku responden, hal ini bisa terjadi dikarenakan durasi menonton yang tinggi membuat penonton mampu mengelola pesan yang diterima dengan baik sehingga pengaruh yang diberikan berupa perilaku yang baik bukan yang buruk.
3. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fortunata & Utami (2021, hlm. 880) yang menyatakan jika tingkat perhatian atau atensi seseorang dalam menggunakan media mempengaruhi perilaku penonton sinetron Ikatan Cinta. Dimana dalam penelitian ini tingkat pengaruh paling tinggi disebabkan oleh atensi menonton.
4. Terdapatnya hubungan positif antara terpaan sinetron dengan perilaku konsumtif mendukung penelitian dari Letunggua, Pasoreh & Kalangi (2022) serta Kirana, Shafira & Zulfebriges (2022) yang memperoleh hasil jika terpaan sinetron memiliki peranan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Frekuensi menonton sinetron (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini berarti perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Sehingga jadwal penayangan sinetron *Ikatan Cinta* yang ditayangkan setiap hari tidak mempengaruhi perilaku konsumtif penontonnya.
2. Durasi menonton sinetron (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini bisa diartikan bahwa waktu yang dihabiskan untuk menonton sinetron *Ikatan Cinta* tidak memberikan pengaruh berarti terhadap perilaku konsumtif melainkan faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.
3. Atensi dalam menonton sinetron (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Sehingga berarti semakin meningkatnya atensi dalam menonton sinetron *Ikatan Cinta* maka perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Jawa Tengah semakin tinggi. Hal ini memiliki kaitan dengan isi tayangan dan alur cerita *Ikatan Cinta* yang diharapkan bisa semakin menarik dan berkualitas agar atensi menonton sinetron *Ikatan Cinta* semakin meningkat.
4. Secara keseluruhan terpaan sinetron (X) memberikan pengaruh positif kepada perilaku konsumtif (Y) dengan persentase sebesar 17.2%. Sehingga semakin tinggi terpaan sinetron *Ikatan Cinta* yang didapatkan maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif di kalangan ibu rumah tangga di Jawa Tengah. Sehingga dapat disimpulkan jika terpaan sinetron merupakan salah satu faktor yang mampu meningkatkan perilaku konsumtif. Dengan demikian penelitian ini memiliki implikasi agar dimasa yang akan datang sinetron *Ikatan Cinta* bisa lebih memperhatikan kembali isi dan alur cerita sehingga mampu memberikan kualitas yang terbaik bagi penontonnya, supaya sinetron ini bisa memberikan pengaruh-pengaruh yang baik kepada perilaku penontonnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan terkait pengaruh terpaan sinetron *Ikatan Cinta* terhadap perilaku konsumtif ibu

rumah tangga di Jawa Tengah, menghasilkan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Yaitu terdapatnya dua aspek variabel berupa frekuensi dan durasi yang terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif, namun disisi lain aspek variabel berupa atensi dinilai memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Sehingga penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa frekuensi dan durasi dalam menonton tayangan sinetron tidak memberikan pengaruh untuk perilaku konsumtif, namun aspek atensi dalam menonton tayangan sinetron mampu meningkatkan perilaku konsumtif. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa asumsi teori kultivasi tidak sepenuhnya berlaku dan perubahan perilaku penonton dipengaruhi oleh atensi atau antusiasme dan juga fokus atau tidaknya penonton dalam menonton tayangan televisi.

5.4 Rekomendasi

Setelah dilakukannya penelitian, ditemukan beberapa rekomendasi dari peneliti untuk pihak-pihak terkait agar bisa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari beserta untuk penelitian berikutnya. Rekomendasi yang didapatkan diantaranya adalah:

1. Untuk Sinetron *Ikatan Cinta* agar bisa menjadi tayangan yang semakin mendidik serta bermanfaat bagi penonton dengan selalu meningkatkan ide cerita, kualitas, informasi dan juga pesan moral yang bermanfaat bagi khalayak penonton. Agar kedepannya sinetron *Ikatan Cinta* tidak berhenti pada fungsi hiburan bagi masyarakat saja melainkan bisa menjadi agen perubahan ke dalam hal-hal yang lebih positif.
2. Untuk Masyarakat

Masyarakat sebaiknya bisa semakin bijak dalam memilih, memanfaatkan serta menggunakan media. Dengan pengaruh yang mampu diberikan berdasarkan terpaan media maka masyarakat harus menggunakan media terutama televisi dengan lebih tepat dan teliti sehingga informasi yang didapatkan dari media bisa diolah menjadi hal yang bermanfaat agar masyarakat semakin cerdas dalam menanggapi fenomena-fenomena yang diakibatkan oleh pengaruh media.

3. Untuk Akademisi

Penelitian terkait pengaruh terpaan sinetron terhadap perilaku konsumtif ini memiliki banyak kekurangan. Sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut terkait penelitian ini. Peneliti mengharapkan agar penelitian selanjutnya mampu mengkaji faktor lainnya diluar frekuensi, durasi, dan atensi yang mampu meningkatkan perilaku penonton dalam hal yang positif dan mencegah perilaku yang negatif.