

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku positif menggosok gigi dipengaruhi oleh terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam yang meliputi sub variabel frekuensi, durasi, dan intensitas. Pengaruh terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam terhadap perilaku menggosok gigi ini bersifat positif, semakin tinggi nilai terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam maka akan semakin tinggi pula nilai perilaku menggosok gigi.
2. Terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengetahuan dan perilaku menggosok gigi, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap menggosok gigi. Karena penyakit gigi masih dianggap hal yang wajar, selain itu hambatan dari kurangnya pengetahuan dan tenaga ahli pun turut andil, sehingga akan mempengaruhi kepercayaan diri masyarakat untuk meningkatkan kesehatan gigi mereka.
3. Terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam paling besar berpengaruh terhadap sub variabel perilaku menggosok gigi dibandingkan dengan sub variabel pengetahuan dan sikap. Hal ini berarti bahwa frekuensi, durasi, dan intensitas lebih mudah mempengaruhi perilaku penonton dibanding yang lainnya.
4. Selain dipengaruhi terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam, ternyata perilaku menggosok gigi lebih besar dipengaruhi variabel lain diluar terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam. Faktor X ini bisa berasal dari interaksi individu, terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam melalui media massa lainnya, yaitu melalui radio, internet, film, maupun media cetak, mungkin juga dari penyuluhan yang diadakan dinas kesehatan Sumedang.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa terpaan iklan Pepsodent edisi Sikat Gigi Pagi dan Malam berpengaruh positif terhadap perilaku menggosok gigi. Hasil penelitian ini dapat diimplikasikan untuk tetap menggunakan iklan sebagai sarana promosi kesehatan, sehingga akan mempengaruhi penontonnya secara langsung maupun tidak langsung untuk menambah kesadaran dan wawasan, sampai akhirnya dapat berpartisipasi aktif dalam pembangunan kesehatan.

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

### 1. Bagi Akademisi

Pada hasil penelitian ditemukan adanya variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini yang turut mempengaruhi perilaku menggosok gigi, yang cukup besar, yakni 95.7%. Oleh karena itu, disarankan untuk dikaji lebih jauh variabel-variabel lain tersebut, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap perilaku menggosok gigi masyarakat.

### 2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan atau dalam penelitian ini adalah PT Unilever Tbk, agar dapat lebih memperhatikan beberapa aspek atau dimensi terpaan iklan yang dirasa masih kurang baik. Hal ini dimaksudkan agar tercapainya tujuan PT Unilever Tbk untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan serta perilaku kesehatan gigi khususnya menggosok gigi. Selain itu, iklan sejenis *health promotion* lebih ditingkatkan dan dikemas semenarik mungkin untuk lebih mendapatkan perhatian penontonnya.