

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Studi Korelasi Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sub variabel isi pesan (X1) berpengaruh terhadap variabel dependen intensi berhenti merokok (Y) dengan hasil korelasi kuat dan berhubungan positif. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa isi pesan pada pesan kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol satu ditolak dan hipotesis alternatif satu diterima.
2. Sub variabel struktur pesan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen intensi berhenti merokok (Y) dengan hasil korelasi kuat dan berpengaruh positif. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa struktur pesan pada pesan kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol dua ditolak dan hipotesis alternatif dua diterima.
3. Sub variabel aktor kampanye (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen intensi berhenti merokok (Y) dengan hasil korelasi sedang dan bernilai positif. Namun, hasil uji hipotesis diketahui bahwa aktor kampanye pada pesan kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol tiga diterima dan hipotesis alternatif tiga ditolak.

4. Sub variabel saluran kampanye (X4) berpengaruh lemah dan bernilai positif terhadap variabel dependen intensi berhenti merokok (Y). Hasil uji hipotesis diketahui bahwa saluran kampanye pada pesan kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol empat diterima dan hipotesis alternatif empat ditolak.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil dari simpulan yang telah dijelaskan di sub bab sebelumnya, peneliti memaparkan beberapa implikasi baik secara teori maupun praktis kepada para pelaku pesan kampanye di Instagram terhadap intensi berhenti merokok sebagai berikut.

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Pengaruh isi pesan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung memperkuat hasil penelitian (Febrianti, 2016), terdapat pengaruh positif dari terpaaan kampanye anti rokok terhadap sikap untuk berhenti merokok. Dalam penelitian tersebut isi pesan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya sikap untuk berhenti merokok pada respondennya. Isi pesan yang dimaksud adalah berupa isi pesan yang disampaikan melalui gambar-gambar yang diunggah melalui media internet dan berisikan penggambaran yang menakutkan yang disebabkan oleh rokok.
2. Adapun pengaruh antara struktur pesan terhadap intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Dalam penelitian ini hasil korelasi parialnya lebih tinggi nilai koefisien korelasinya di antara ketiga variabel yang lain. Selaras dengan penelitian (Priliantini et al., 2020), dalam perumusan pesan, struktur pesan mengatakan jika responden mengerti dan dapat menyimpulkan yang berasal dari pesan kampanyenya dengan baik, maka akan bertambahnya wawasan dan menimbulkan adanya perubahan sikap dan perilaku.
3. Hasil penelitian mendapatkan bahwa variabel aktor pesan berpengaruh signifikan pada intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung

dengan nilai korelasi parsial termasuk ke dalam sedang, tetapi hasil uji regresi berganda memiliki nilai yang negatif. Hal ini disebabkan karena responden memperhatikan juga sumber dan kredibilitas aktor pesan yang terlibat. Seperti yang diungkapkan Larson sebelumnya dalam (Rizki & Perbawaningsih, 2014), sumber pesan sebuah kampanye harus memiliki kredibilitas yang tinggi yang mana sumber pesan tersebut harus memiliki kemampuan untuk dipercaya dalam sebuah organisasi atau komunitas.

4. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel saluran kampanye tidak berpengaruh pada intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Bandung. Saluran media yang digunakan tidak hanya media sosial Instagram, tetapi bisa juga melakukan secara langsung melalui media sosial yang lain dan kampanye offline. Penggunaan sosial media untuk melakukan sebuah kampanye itu harus terencana sebelumnya, kemudian dikomunikasikan, dan diprogramkan guna meningkatkan kredibilitas kampanyenya (Ardha, 2014). Ardha pun menambahkan, kampanye disebut berhasil apabila memadukan cara online dan offline. Kampanye yang hanya memfokuskan pada sosial media dan internet kemungkinan tidak akan efektif.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Diharapkan akun kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram atau penggiat kampanye sosial media lainnya dapat lebih mampu untuk memahami isi pesan yang akan disampaikan sehingga khalayak dapat mengerti mengenai isi pesan apa yang disampaikan.
2. Diharapkan akun kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram atau penggiat kampanye sosial media lainnya dapat menyusun merumuskan pesan khususnya struktur pesan yang sederhana dan dapat dan semenarik mungkin. Kemudian apabila memunculkan pro dan kontra dapat menyikapinya dengan baik sehingga khalayak yang menerima pesan dapat menyimpulkan pesan yang disampaikan.
3. Diharapkan akun kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram atau penggiat kampanye sosial media lainnya dapat menambahkan sumber yang lebih

kredibel seperti menggunakan orang ahli di bidangnya atau tenaga kesehatan sehingga pesan tersebut dapat dipercaya.

4. Diharapkan akun kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram atau penggiat kampanye sosial media lainnya dapat melakukan kampanye di media sosial lainnya dan melakukan kampanye offline.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti, ada beberapa rekomendasi untuk akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan penggiat kampanye media sosial lainnya, masyarakat, dan akademisi sehingga penelitian ini bermanfaat dan diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari atau pada penelitian selanjutnya. Rekomendasi tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Untuk akun @suara_tanpa_rokok dan penggiat kampanye media sosial lainnya
Berdasarkan hasil penelitian, meskipun beberapa hipotesis penelitian pada pesan kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram ada yang tidak berpengaruh tetapi secara keseluruhan berpengaruh. Beberapa poin yang tidak berpengaruh tersebut, perlu digaris bawahi adalah kredibilitas pesan dan saluran media kampanye yang perlu diperhatikan. Semakin jelas sumber pesan tersebut, maka akan dapat dipercaya oleh orang banyak. Kemudian, kampanye online memang bagus untuk dilakukan tetapi kiranya lakukan kampanye offline seperti memberikan ajakan-ajakan kepada masyarakat banyak untuk berhenti merokok.
2. Untuk masyarakat
Beragam pesan kampanye yang disampaikan dalam akun @suara_tanpa_rokok, kembali lagi kepada pengguna Instagram yaitu masyarakat terutama adalah remaja entah itu yang perokok aktif atau bukan kiranya dapat memilah informasi dengan baik dan lebih bijak dalam menerima informasi yang ada di internet khususnya media sosial. Perlu diperhatikan sumber pesan yang sudah disinggung di poin sebelumnya, ini menjadi faktor penting dalam menerima pesan apakah pesan tersebut kredibel atau tidak dan akurat atau tidak.
3. Untuk akademisi

Penelitian mengenai pesan kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensi berhenti merokok masih memiliki kekurangan sehingga dapat diperlukan sebuah penambahan atau peningkatan untuk melengkapi kekurangan tersebut untuk riset mendatang. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan dan rujukan bagi para akademisi, terutama pada ranah kajian Ilmu Komunikasi.