

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira terhadap sikap penggunaan kain tradisional sebagai busana sehari-hari. Penelitian ini menggunakan responden Generasi Z Indonesia yang mengikuti Instagram @remajanusantara_ dan mengetahui kampanye Berkain Gembira. Maka dari itu, berdasarkan penelitian ini kesimpulan yang didapatkan sebagai berikut.

Untuk menjawab tujuan pertama, hasil penelitian bahwa pesan kampanye Berkain Gembira yang meliputi dimensi struktur pesan, konten pesan, *framing*, dan bahasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan kain tradisional.

Untuk menjawab pertanyaan kedua, Pesan kampanye Berkain Gembira memiliki pengaruh sebesar 23.8% terhadap sikap penggunaan kain tradisional. Berdasarkan rata-rata mean, dimensi struktur pesan memiliki nilai 4.48 menjadi dimensi yang memiliki pengaruh terbesar. Diikuti dengan dimensi konten pesan yang memiliki nilai 4.44, dimensi *framing* dengan nilai 4.37 dan terakhir dimensi bahasa dengan nilai 4.34.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran secara akademis dan praktis.

5.2.1 Saran Akademis

Saran secara akademis untuk penelitian selanjutnya, penelitian mengenai pengaruh pesan kampanye terhadap sikap, dapat meneliti dengan menggunakan variabel lainnya karena hasil penelitian menunjukkan jika sikap dipengaruhi oleh 76.2% faktor lainnya. Faktor lain tersebut dapat menggunakan variabel seperti *celebrity endorsement*, komunikasi kelompok, dan kebudayaan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat juga melakukan penelitian pengaruh pesan kampanye terhadap sikap dengan menggunakan metode

penelitian kualitatif dan menggunakan perspektif yang berbeda. Dalam hal ini, penelitian selanjutnya dapat melihat dari pandangan Swara Gembira.

5.2.2 Saran Praktis

Setelah melakukan penelitian, terdapat saran secara praktis yang diberikan untuk Swara Gembira yaitu kedepannya, jika kampanye Berkain Gembira akan dilanjutkan atau membuat kampanye baru yang sejenis, Swara Gembira diharapkan tetap mempertahankan dimensi struktur pesan sebagai salah satu konsep dalam penyampaian pesan kampanye. Penyampaian pesan kampanye dilakukan secara eksplisit dan menunjukkan pesan dari sisi Swara Gembira, karena berdasarkan data, dimensi tersebut memiliki pengaruh yang besar dibandingkan dimensi lainnya. Dimensi konten pesan dan *framing* juga dapat digunakan di dalam kampanye selanjutnya, tetapi Swara Gembira perlu memperhatikan dimensi bahasa yang memiliki nilai mean paling kecil diantara dimensi lain. Swara Gembira disarankan kedepannya dapat menggunakan bahasa yang lebih sesuai dengan target audiens.

