

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian tersebut memperoleh hasil dari korelasi yang terdapat antara dua variabel yaitu variabel terpaan dan variabel sikap menunjukkan hasil yang cukup kuat, akan tetapi terdapat hasil hubungan yang negative yang terdapat pada terpaan tayangan youtube channel Nadia Omara terhadap sikap. Hasil dari hipotesis juga menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga terdapat adanya pengaruh antara terpaan tayangan dan dengan sikap.

Pada umumnya, mayoritas dari responden masuk dalam golongan *heavy viewers* pada terpaan tayangan youtube channel Nadia Omara dengan menunjukkan hasil akhir pada sikap yang tergolong positif rendah, khususnya terdapat pada indikator konatif.

IV.2 SARAN

IV.2.1 SARAN AKADEMIS

Saran dalam penelitian ini yaitu agar dapat memperluas adanya pengaruh terpaan pada subjek penelitian yang berbeda, meskipun dengan objek yang sama. Peneliti berharap dengan teori kultivasi ini agar dapat memperdalam serta dapat menggunakan pendekatan yang serupa agar lebih focus pada peran social. Dan harapan peneliti, adanya lebih banyak penelitian yang serupa merupakan sebagai bagian dari segala perkembangan trend dalam kalangan masyarakat.

IV.2.2 SARAN PRAKTIS

Peneliti mengajukan saran yang ditujukan kepada instansi untuk melakukan riset serta pengembangan produk khususnya terhadap tayangan yang terdapat pada youtube. Banyaknya berbagai video Nadia Omara dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pandangan mereka. Harapan peneliti dalam hal ini, dapat menjadi acuan bagi youtube channel Nadia Omara mengenai tren dalam media social.

DAFTAR PUSTAKA

- Sri Moerdijati. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Revka Petra Media
- Azwar, Dr. Saifuddin. (2016). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya (ke-2)*.
Pustaka Pelajar.
- Kriyantono Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (2 ed.)*. Prenadamedia Group
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D (ke 13)* Bandung: Alfabeta.
- Cangara Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi (2 ed.)*. Rajawali Pers
- Prof. Deddy Mulyana (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (ke 22)*.
Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (ke 22)*.
Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin (2017). *Pengantar Komunikasi Massa (ke 8)*. Jakarta: Rajawali Pers
- Drs. Jalaluddin Rakhmat (2007). *Psikologi Komunikasi (ke24)*. Bandung:
PT Remaja Rosdakarya
- Rulli Nasrullah (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi (ke 4)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Shiefti Dyah Alyusi (2018). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial (ke 2)*. Jakarta: Prenamedia Group
- Tamburaka, Apriadi (2013). *Media Massa (ke 1)*. Jakarta: Raja Grafindo

Ardianto Elvinaro (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.

Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Mc Quail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

Baskoro, Adi (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta: PT Trans Media

Creswell W, John (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Haryadi, Mujianto. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar dalam Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar

Erlangga Fajri Ramadanny., Eugenius Kau Suni (2024) Pengaruh Tayangan Vlog Ekspedisi“Langit Kelabu” Terhadap Sikap Gen Z Akan Hal Mistis.

Nugrah Juniar Umar., Mariani Akhfar(2021) Pengaruh Rating Terhadap Minat Beli Online Customer Pada Layanan Go-Food Melalui Aplikasi Gojek.

Pelliyezer Karo Karo., Annis Sabilla Firstyana(2021) Pengaruh Sponsorship pada Event Bingen Fest Terhadap Brand Awareness Authenticity Clas Mild

Rina Fitriana., Deivy Zulyanti Nasution., Tamara Erlanda Pengaruh Terpaan KontenTravel Blogger Terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Sumbawa

Yesi Andriani., K.Y.S.Putri (2020) Pengaruh Slogan “COBAIN KUY!” Pada Iklan Neo Coffee Versi Lucas Wong Terhadap Pembentukan Brand Awareness Khalayak

Tiffani Carissa., Akhmad Edhy Aruman. Pengaruh Sales Promotion dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Mobile Legends

- Jennifer Olivia .,Sylvie Nurfebiaraning. Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak
- Ratika Zahra.,Nofha Rina Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung
- Abdul Basit., Rizky Handayani Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel
- Putri, K. D. A. P. (2020). Pengaruh Terpaan Informasi Prostitusi Seungri Eks Big Bang di Media Sosial Twitter terhadap Sikap Followers @ SeungriID.
- Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website www.ppet.lipi.go.id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian Influence Of Research Information Exposure Through Website www.ppet.lipi.go.id Towards Student Attitudes
- Rahayu Marini Hakim., Ahmad Fatoni. Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube Dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink *Ddu Du Ddu Du*)
- Taufiq Ramdan., Arief Darmawan., Hamim. Pengaruh Terpaan Konten Gaming Tiktok Terhadap Perilaku Sosial Pada Remaja Di Kelurahan Hulaan, Kabupaten Gresik
- Zahra Safira., Anindita Lintangdesi Afriani. Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Perilaku Imitasi Siswi SMKN 20 Jakarta
- Resza Alfiari Sudrajat., Aning Sofyan S. (2021). Pengaruh Tayangan Konten Baim Paula Terhadap Sikap Mahasiswa Kota Bandung
- Muhammad Ridwan., Muhamad Sopyan. Pengaruh Konten Podcast Youtube Raditya

Dika Terhadap Sikap Masyarakat

Jacky Maulana. Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Kalimantan

Eribka Ruthellia David., Mariam Sondakh., Stefi Harilama. Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

Edy Prihantoro., Noviawan Rasyid Ohorella. Aplikasi Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Sesuai Panduan WHO Terhadap Kesadaran Hidup Sehat

Ahmad Nasher., Nafisha Nurul Amani. Pengaruh Vlog Youtube Jerome Polin Terhadap Minat Siswa SMANU M.H. Thamrin Melanjutkan Studi Ke Jepang

Hafidz Ramadhan Budiarto., Luluatu Nayiroh., Flori Mardiani Lubis. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Facebook Terhadap Brand Image Coffee House.

Arifah Bintarti., Djoko Rahardjo. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pendukung Mahasiswa Pendidikan Tinggi Jarak Jauh

Muhammad Zahran Nugraha Putra., Sylvie Nurfebiaraning. Pengaruh Iklan Astra Honda Motor Versi Berjuang Untuk Yang Tersayang #JalananinBareng Honda Terhadap Respon Afektif Khalayak

Dede Tri Rizky Wijayanti., Berlian Primadani Satria Putri. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Batu Bandung Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Awareness

Kholidil Amin., Purwanti Hadisiwi., Jenny Ratna Suminar. Bagaimana Terpaan Media

Untuk Informasi Covid-19 Memengaruhi Niat Mahasiswa Menerapkan
Perlindungan Kesehatan Selama Pandemi

Santa Margaretha Niken Restaty, AG., Eka Wenats Wuryanta. Digital Media Literacy
And Social Media Competence Among Millenials For Tourism Promotion
During The Covid Pandemic.

Febry Ichwan Butsi., Reh Ulina Ginting. Pengaruh Komunikasi Persuasif Aparatur
Desa Dalam Mengunggah Minat Warga Desa SEI JAWI-JAWI Untuk
Melakukan Vaksin Covid-19

Nofri Affandi., Rahmanita Ginting., Arifin Saleh. Pengaruh Program Kabar Pandemi
CoronaTvOne Terhadap Literasi Media Masyarakat Kota Medan di Era Digital

Ummy Chairiyah., Fandi Achmad. Pengaruh Komunikasi Visual Design Grafis Buku
Mizan Terhadap Minat Baca Anak