

BAB V

Penutup

Penelitian yang berjudul “Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Merokok Remaja Perempuan” ini memperoleh hasil melalui data yang diambil dari 80 responden berusia 15-19 tahun. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis 1 dapat diterima, data menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang lemah antara terpaan iklan rokok di televisi dengan minat merokok remaja perempuan. Artinya, walaupun hubungan di antara kedua variabel lemah, namun semakin tinggi terpaan yang terkena pada remaja perempuan, maka minat merokoknya juga tinggi. Temuan ini sesuai dengan teori advertising exposure.
2. Hipotesis 2 juga dapat diterima, hasil olah data menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara intensitas komunikasi peer group dengan minat merokok remaja perempuan. Artinya, semakin tinggi intensitas komunikasi peer group remaja perempuan, maka semakin tinggi pula minat merokok yang timbul dalam diri individu. Temuan ini juga sesuai dengan teori Pembelajaran Sosial.

5.2 Saran

1. Untuk pengiklan rokok di televisi, hendaknya membuat dan menayangkan iklan rokok yang tidak memancing ketertarikan dari target pasar yang salah, seperti remaja dan anak-anak di bawah umur.
2. Untuk pemerintah, agar memperketat aturan dalam mengiklankan produk rokok di televisi agar tidak semakin menyerpa remaja dan anak-anak di bawah umur dan meningkatkan sosialisasi atau kampanye mengenai bahayanya merokok bagi remaja khususnya remaja perempuan.

3. Untuk para remaja, hendaknya dapat menyaring hal-hal buruk yang ditawarkan dalam kelompok pergaulan. Sebaiknya remaja dapat membedakan tawaran-tawaran baik dan buruk dalam bergaul, agar remaja tidak mudah terpengaruh hal hal yang seharusnya tidak dilakukan.