

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Dilihat dari 3 indikator yang ditanyakan pada masa penelitian, mayoritas para narasumber atau pengunjung memberikan sikap dukungannya terhadap iklan layanan masyarakat “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa, Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”. Indikator pertama berkaitan dengan media *running text* yang digunakan untuk menyampaikan iklan layanan masyarakat ini. Karena media yang digunakan ini cukup efektif, dan sangat unik, mayoritas para narasumber juga mendukung penggunaan media ini. Indikator kedua berkaitan dengan isi iklan yang berisi informasi serta himbauan dari BNN Provinsi NTT untuk menjauhi narkoba yang tersirat di dalamnya juga tidak menggunakan narkoba. Secara umum para narasumber mendukung isi iklan layanan masyarakat ini melalui berbagai persepsi yang diberikan.

Indikator yang terakhir yakni berkaitan dengan lokasi penyiaran iklan ini, yang ditempatkan pada BNN Provinsi NTT, Jalan Palapa Kota Kupang, yang berhadapan dengan telkomsel corner. Narasumber juga mendukung lokasi pemasangan iklan layanan masyarakat ini dikarenakan lokasinya yang ramai dan cocok bagi pengunjung telkomsel corner, tetapi ada juga yang berpendapat agar pemasangan iklan layanan masyarakat ini berada di pusat kota.

Dukungan ini diberikan oleh para informan karena sikap kepercayaannya terhadap iklan layanan masyarakat “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa,

Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”. “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa, Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”, untuk menurunkan angka penggunaan narkoba, Selain menunjukkan dukungannya melalui persepsi, para informan juga menunjukkan sikap dukungannya dengan tidak menggunakan narkoba dan menjauhi narkoba karena mereka tidak mau merusak masa depan mereka.

## **6.2 Saran**

Iklan layanan masyarakat “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa, Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”, merupakan salah satu bentuk nyata yang diberikan oleh BNN Provinsi NTT untuk turut berpartisipasi menurunkan angka penggunaan narkoba di Kota Kupang. Melalui iklan layanan masyarakat ini perlu diapresiasi tinggi, walaupun di dalam pelaksanaannya ada beberapa kekurangan. Kekurangan-kekurangan ini dapat terlihat dari hasil penelitian yang telah dijalankan peneliti, dengan menjadikan para pengunjung telkomsel *corner* sebagai informannya. Indikator dalam penelitian inipun diambil dari beberapa elemen-elemen komunikasi yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa, Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”. Indikator-indikator tersebut yakni media, isi pesan, dan lokasi yang digunakan untuk menyiarkan iklan tersebut.

Dari berbagai proses penelitian yang dijalankan, ada beberapa kekurangan yang dapat dilihat dari persepsi pengunjung telkomsel *corner* untuk dapat diperbaiki. Hal tersebut peneliti sampaikan melalui saran yang diberikan untuk

beberapa pihak yang berkaitan dengan masalah ini. Berikut saran-saran yang dapat disampaikan peneliti:

BNN Provinsi NTT sebagai pihak yang melakukan inovasi dengan membuat iklan layanan masyarakat ini perlu mengoreksi beberapa kekurangan yang terdapat pada beberapa indikator dalam iklan layanan masyarakat “Hari Gini Pakai Narkoba, Sorry Lah Yaa, Ngaku gaul dan Keren Jauhi Narkoba”. Indikator-indikator dalam iklan yang mendapatkan kritik dan saran dari para pengunjung *Telkomsel corner* yang memberikan persepsinya yakni, media yang digunakan sudah cukup bagus akan tetapi perlu adanya penyampaian melalui sosialisasi dan kampanye-kampanye, isi iklan yang terdiri dari himbauan dan informasi tentang penggunaan narkoba, dan lokasi pemasangan iklan layanan masyarakat tersebut kurang strategis karena pemasangannya hanya berada pada satu titik saja sebaiknya dipasang juga pada jalur-jalur ramai seperti rumah sakit, taman nostalgia kupang dan juga kawasan perbelanjaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, Deddy, 2002, Pengantar Ilmu Komunikasi Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan, 2001, Metodologi Penelitian Sosial: format-format Kuantitatif dan kualitatif. Surabaya: Airlangga University Press
- Djalaludin, Rakhmat, 2009, Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu, *Teori dan Filisafat Komunikasi*. Cet. Ke-3. Citra Aditya Bakti: Bandung. 2003
- Kriyantono, Rahmat, 2009, Teknik Praktik Riset Dan Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Meleong, J. Lexi, 2002, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Miller, Katherine, 2005, Communication Theories: Perspective, Processes And Contexts. Singapore
- Pujiyanto, 2013, Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Uchjana, E. Onong, 2003, Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Desiderato, Rahmat, 2009, Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia

### Modul

- Darus, Antonius, 2015, Metode Penelitian Komunikasi II  
-----, 2011, Metode Penelitian Sosial

### Internet

- [http : // www. Menitinfo](http://www.Menitinfo) (Diunduh, Januari, 2018)
- [http : // www. Kbbi.web.id](http://www.Kbbi.web.id) (diakses, april, 2018)
- [http : // www. Kbbi.web.id](http://www.Kbbi.web.id) (diakses, maret, 2018)

