

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian di lapangan dan uji statistik terhadap kualitas media dan kualitas pesan terhadap dampak komunikasi papan pengumuman elektronik (Jendela Informasi – 04 Fakultas Teknik Universitas Indonesia), dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil wawancara mendalam yang disajikan di Bab IV mengenai deskripsi umum Jendela Informasi – 04 menunjukkan bahwa Humas FTUI telah melaksanakan 6 langkah dalam menentukan dan memproduksi sebuah media baru yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi, antara lain: mengidentifikasi target, menentukan tujuan penggunaan media tersebut, menentukan pesan kunci yang akan ditanaman kepada *audience*, menentukan informasi apa saja yang sekiranya dibutuhkan dan diinginkan oleh *audience*, mencari tahu bagaimana biasanya audience mencari informasi, serta memadukan cara berkomunikasi.
2. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Teknik Universitas Indonesia (FTUI) dengan responden mahasiswa S1 Reguler tahun ajaran 2005, 2006 dan 2007. Dari responden tersebut dihasilkan data frekuensi khalayak dalam membaca JI – 04 adalah 1 sampai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan letak JI – 04 yang paling strategis adalah yang terletak di Lobby FTUI. Kemudian, informasi terfavorit adalah yang sering dibaca dan ditindaklanjuti adalah informasi beasiswa.

3. Dalam penempatan fisik monitor JI-04 dirasakan terlalu tinggi, sehingga tidak nyaman untuk dilihat.
4. Uji korelasi Pearson menunjukkan hubungan yang sedang pada uji kualitas media dan dampak komunikasi, serta hubungan yang kuat pada uji kualitas pesan dan dampak komunikasi. Arah hubungan pada kedua uji korelasi tersebut searah dan positif.
5. Dari uji mean dan presentase (regresi sederhana) pada variabel kualitas media, kualitas pesan, dan dampak komunikasi JI – 04 menunjukkan angka-angka yang baik. Dengan kata lain ketiga unsur tersebut memiliki efektifitas dan kualitas yang baik.
6. Dari hasil pengujian multivariat (regresi berganda) antara variabel kualitas media dan kualitas pesan terhadap dampak komunikasi terbukti ada pengaruh (hipotesis terbukti). Namun, variabel kualitas pesan lebih signifikan dalam mempengaruhi dampak komunikasi dibandingkan variabel kualitas media.

## **B. Implikasi**

Dari manfaat penelitian yang telah disebutkan peneliti pada bab sebelumnya, berikut adalah hasil penelitian yang memenuhi manfaat tersebut dalam hal akademis (teoritis, konseptual, dan metodologis), yaitu:

1. Dalam penelitian ini ditemukan hal yang bertentangan dengan teori *media richness*, walaupun tidak secara keseluruhan. Daft dan Lengel menggunakan empat kriteria untuk menggambarkan hirarki dari kekayaan media, dari yang paling rendah sampai yang tertinggi, kriteria tersebut antara lain:

- a. Kemungkinan untuk memberikan *instant feedback*
- b. Kapasitas media untuk menyampaikan beragam informasi
- c. Penggunaan bahasa natural dalam penyampaian pesan
- d. Fokus khalayak pada media

Ternyata, dalam penelitian ini kualitas dan kapasitas media (poin b dan d) bukanlah hal yang signifikan mempengaruhi dampak komunikasi, melainkan kualitas pesan lah yang lebih signifikan (poin c) mempengaruhi dampak komunikasi.

7. Setelah dilakukan uji reliabilitas dan validitas diketahui bahwa dari 4 dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas media, ternyata ada 1 dimensi yang tidak valid, yaitu dimensi *visually appealing*.
8. Begitu pula pada 5 dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pesan, ada 1 dimensi yang tidak valid, yaitu dimensi *need*.
9. Untuk variabel dampak komunikasi ketiga dimensi (kognisi, afeksi, konasi) masih valid untuk digunakan. Namun, pada tingkatan sub dimensi ada beberapa yang tidak valid. Yaitu sub dimensi *awareness* pada dimensi kognisi, serta sub dimensi *liking* dan *conviction* pada dimensi afeksi.
10. Dari hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa dalam teori dan konsep yang digunakan, ternyata ada dimensi dan subdimensi yang tidak valid. Apabila ingin menggunakan teori dan konsep yang sama untuk penelitian yang serupa, sebaiknya dimensi dan sub dimensi yang tidak valid tersebut tidak usah digunakan lagi. Namun perlu diingat, hasil dari penelitian ini tidak dapat sepenuhnya digeneralisasi karena beberapa keterbatasan, terutama karena ruang lingkup penelitian (bidang pendidikan) dan unit analisis yang

sempit, serta penarikan sampel yang hanya pada mahasiswa S1 Reguler angkatan 2005, 2006, dan 2007. Sehingga kurang mewakili mahasiswa yang ada.

### **C. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, beberapa rekomendasi yang bisa diberikan oleh peneliti untuk Humas FTUI dalam mengembangkan JI – 04, diantaranya adalah:

1. Humas FTUI dalam memproduksi media ini sudah sesuai dengan aturan dan langkah-langkah yang ditentukan. Tetapi, berdasarkan penelitian kuantitatif yang dilakukan dapat dilihat kenyataannya dilapangan terdapat hal-hal yang dirasakan belum sempurna. Oleh karena itu tetap dibutuhkan riset berkesinambungan terhadap khalayak, karena informasi disajikan untuk khalayak, teori dan konsep boleh saja telah dipenuhi, tetapi sangat penting untuk mengetahui apakah khalayak merasa media tersebut telah efektif dan efisien.
2. Kualitas media dan kualitas pesan terbukti memiliki pengaruh terhadap dampak komunikasi. Namun, ternyata kualitas pesan lah yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan kualitas media tidak signifikan. Karena itu, sebaiknya Humas FTUI lebih memfokuskan perbaikan dan peningkatan papan pengumuman elektroniknya dalam hal mengemas pesan. Bagaimana agar pesan yang disampaikan melalui JI – 04 lebih efektif. Sesuai dengan hasil penelitian ini, khalayak menyukai pesan yang singkat dan padat, seperti itulah seharusnya setiap pesan dalam JI – 04 disajikan.

3. Apabila kualitas pesan tersebut diperbaiki dan ditingkatkan maka diharapkan dampak komunikasi akan meningkat (hubungan searah dan positif) begitu pula dengan frekuensi membaca JI – 04 pun akan meningkat.
4. Sedangkan untuk peletakkannya, posisi di lobby FTUI adalah tempat terstrategis, diduga karena tempat tersebut adalah tempat utama mahasiswa FTUI bermobilitas, oleh karena itu Humas FTUI harus mencari spot-spot lain di FTUI yang sekiranya ramai oleh lalu lalang mahasiswa. Kalaupun diletakkan di Departemen, harusnya diletakkan di tempat yang paling ramai di setiap Departemen.
5. Informasi favorit seperti beasiswa dan kegiatan mahasiswa dipertahankan dan tetap disajikan secara *up to date*. Untuk informasi yang lain sebaiknya ditingkatkan dalam pengemasan pesannya.
6. Sedangkan untuk informasi iklan (favorit terakhir) sebaiknya lebih disosialisasikan lagi bahwa diperbolehkan untuk memasang iklan di media ini, gratis bagi seluruh civitas academica FTUI dan dikenakan sejumlah biaya jika yang masuk adalah iklan komersial dari luar.
7. Peletakan monitor JI – 04 dirasakan terlalu tinggi, sehingga sebaiknya JI – 04 diletakkan sejajar dengan tinggi rata-rata orang Indonesia, sehingga mahasiswa tidak perlu mendongak dan merasa tidak nyaman saat membaca informasi di JI – 04.