

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah setelah penyebaran kuisisioner dan perhitungan statistic kepada 187 orang responden, terpaan media memiliki pengaruh **positif dan signifikan** terhadap sikap. Hal ini menunjukkan drama Weightlifting Fairy Kim Bok Joo membuat penonton ingin mengetahui lebih banyak makanan yang ada dalam drama tersebut dan mencoba makanan yang ditampilkan. Penonton akan membeli berbagai macam makanan Korea dengan mendatangi restoran Korea.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas untuk variabel terpaan media dan variabel sikap yang terdiri dari sembilan item pernyataan valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari 0,3. Item kuesioner untuk variabel terpaan media dan variabel sikap dapat digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) masing-masing variabel penelitian yang terdiri dari terpaan media dan sikap lebih besar dari 0,6 sehingga menunjukkan kuesioner yang digunakan adalah reliabel.

Hasil pengujian korelasi menunjukkan bahwa nilai dalam kolom sig. (1-tailed) sebesar 0,000. Oleh karena  $p < 0,05$  maka terdapat hubungan signifikan antara terpaan media dan sikap. Selain itu, tabel menunjukkan

bahwa nilai Korelasi Pearson ( $r_{xy}$ ) sebesar = 0,786; hal ini menunjukkan terdapat korelasi positif antara kedua variabel.

Dari 187 responden yg menonton drama Weightling Fairly Kim Bok Joo didapatkan hasil sebanyak 70% dari responden melakukan pembelian makanan Korea setelah menonton drama tersebut. Selain itu sebanyak 60% dari responden mencoba makanan Korea setelah menonton drama Weightling Fairly Kim Bok Joo. Berdasarkan hasil tersebut, maka terdapat hubungan positif dan signifikan antara menonton drama Weightling Fairly Kim Bok Joo dan sikap mencoba makanan Korea.

## **5.2 Saran**

Berikut saran peneliti yang dapat diajukan:

1. Pihak Stasiun televisi lokal di Indonesia dapat meniru Drama Korea yang menampilkan budaya dan makanan khas negaranya sebagai bahan promosi dan mengenalkan indonesia agar generasi muda lebih mengetahui banyak tentang budaya dan makan khas indonesia.
2. Untuk peneliti selanjutnya, dapat menggunakan variabel lain misalnya produk dan harga.