**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh kuat antara terpaan tayangan *vlog* Raditya Dika “*paranormal experience*: rumah terseram Jogja” dalam Youtube terhadap tingkat kepuasan *viewers* mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Menonton *Vlog* (, setelah dilakukan uji hipotesis adanya pengaruh antara frekuensi menontonterhadap tingkat kepuasan *viewers*.Maka didapatkan hasil pengaruh frekuensi menonton pada *vlog* Raditya Dika “*paranormal experience*: rumah terseram Jogja” dalam Youtube terdapat nilai determinasi (R²) yang didapatkan yaitu 0,586.
2. Variabel Durasi Menonton (, setelah dilakukan uji hipotesis adanya pengaruh antara durasi menontonterhadap tingkat kepuasan *viewers*.Maka didapatkan hasil pengaruh durasi menonton pada *vlog* Raditya Dika “*paranormal experience*: rumah terseram Jogja” dalam Youtube terdapat nilai determinasi (R²) yang didapatkan yaitu 0,601.
3. Variabel Mendapat Informasi (, setelah dilakukan uji hipotesis adanya pengaruh antara persepsi terhadap tayangan *vlog* terhadap tingkat kepuasan *viewers*.Maka didapatkan hasil pengaruh persepsi terhadap tayangan pada *vlog* Raditya Dika “*paranormal experience*: rumah terseram Jogja” dalam Youtube terdapat nilai determinasi (R²) yang didapatkan yaitu 0,599.
4. Variabel Kesukaan Dalam Menonton (, setelah dilakukan uji hipotesis adanya pengaruh antara kesukaan terhadap tayangan *vlog* terhadap tingkat kepuasan *viewers*.Maka didapatkan hasil kesukaan terhadap tayangan *vlog* pada *vlog* Raditya Dika “*paranormal experience*: rumah terseram Jogja” dalam Youtube terdapat nilai determinasi (R²) yang didapatkan yaitu 0,687.
5. Variabel Terpaan Tayangan *Vlog* (X), jika variabel-variabel di atas dilihat secara bersamaan didapatkan hasil uji hipotesis bahwa adanya pengaruh terpaan tayangan *vlog* terhadap tingkat kepuasan *viewers* terdapat nilai uji determinasi yang didapatkan (R²) yaitu 0,743.
6. Variabel Kepuasan Menonton(), berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017, terdapat sebesar 78% mahasiswa merasa puas akan konten *vlog* yang dibuat oleh Raditya Dika.
7. Variabel Kesesuaian Harapan(), berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017, terdapat sebesar 85% mahasiswa merasa konten *vlog* yang dibuat oleh Raditya Dika sesuai dengan yang diharapkan oleh *viewers*.
8. Variabel Merasa Terhibur(), berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017, terdapat sebesar 86% mahasiswa merasa akan berkunjung kembali ke *channel* Youtube Raditya Dika untuk melihat *vlog* yang dibuatnya.
9. Variabel Kepuasan Informasi(), berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017, terdapat sebesar 85% mahasiswa merasa akan membagikan *vlog* Raditya Dika kepada kerabat mahasiswa, karena *vlog* yang dibuat Raditya Dika membuat mahasiswa merasa senang.
10. **Saran**
11. **Saran Akademis**
    1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, peneliti menyarankan sebaiknya memperluas variabel atau pengukuran variabel penelitian sehingga bisa lebih memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor apa saja yang bisa memprediksi variabel terpaan tayangan *vlog* kembali seperti frekuensi menonton, kesukaan menonton *vlog*, tingkat kepuasan menonton, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi *vlog*.
    2. Memperluas subyek penelitian, misalnya dengan cara menambahkan wilayah lain seperti Bekasi, Bogor, Depok, Tangerang atau luar Pulau Jawa.
    3. Menambahkan jumlah responden agar hasil analisis data penelitian yang diperoleh lebih representatif untuk diinterprestasikan dalam penelitian yang dilakukan.
12. **Saran Praktis**
    1. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar aplikasi Youtube lebih ketat dalam memblokir konten-konten yang berbau pornografi didalamnya, menyarankan agar orang tua ikut ambil bagian dalam setiap tayangan yang ditonton anak-anak dibawah umur.
    2. Perlu juga Youtube memperhatikan durasi dalam penayangan suatu iklan video. Durasi dalam penayangan iklan video di youtube seharusnya tidak terlalu lama karena tujuan pengguna mengakses youtube bukan untuk menonton iklan dan menurut saran saya durasinya bisa tetap dibawah 1 menit. Alasannya terkadang konsumen tidak terlalu tertarik dengan iklan yang memiliki durasi yang lama dan memilih untuk langsung mengeklik skip ads sebelum pesan dari iklan itu disampaikan kepada penonton.
    3. Terlalu banyak keluhan dari masyarakat karena jika aplikasi Youtube telah di *upgrade* ke versi baru, aplikasinya jadi tidak bisa digunakan dengan baik. Mohon diperbaiki, karena hampir seluruh masyarakat dunia menggunakan Youtube untuk mengakses sesuatu, supaya masyarakat merasa nyaman menggunakan aplikasi Youtube maka Youtube harus memperbaiki sistem agar Youtube tidak sering bermasalah seperti ini.