**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara video “*Why Vegan? [Not Graphic]”* terhadap minat menjadi vegan yang signifikan, berdasarkan dari hasil pengukuran rata-rata pada dimensi minat. Pengaruh video “*Why Vegan? [Not Graphic]”* terhadap minat kognisi menjadi vegan terlihat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki minat kognisi untuk menjadi vegan melalui video “*Why Vegan? [Not Graphic]”*. Artinya, kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki pengetahuan tentang bagaimana menjadi vegan dan manfaat dari vegan.

Pengaruh video “*Why Vegan? [Not Graphic]”* terhadap minat afeksi menjadi vegan terlihat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki minat afeksi untuk menjadi vegan melalui video “*Why Vegan? [Not Graphic]”*. Artinya, kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki ketertarikan terhadap gaya hidup vegan.

Pengaruh video “*Why Vegan? [Not Graphic]”* terhadap minat konasi menjadi vegan juga terlihat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki minat konasi untuk menjadi vegan melalui video “*Why Vegan? [Not Graphic]”*. Artinya, kalangan *Jakarta Buddhist Center* memiliki keinginan untuk memulai gaya hidup vegan.

Secara keseluruhan, hasil *posttest* antar kelompok kontrol dan kelompok eksperimen tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Akan tetapi, antara *pretest* dengan *posttest* di masing-masing kelompok kontrol dan kelompok eksperimen memiliki perbedaan yang signifikan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh video “*Why Vegan? [Not Graphic]”* terhadap minat menjadi vegan di kalangan *Jakarta Buddhist Center*.

1. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang Peneliti peroleh selama melakukan penelitian, beberapa saran yang peneliti bisa sampaikan yaitu:

1. **Saran Akademis**
2. Diharapkan bagi Peneliti selanjutnya mampu mengembangkan variabel lain selain video tentang vegan dan minat menjadi vegan, sehingga penelitian selanjutnya mampu membuat hasil penelitian yang lebih beragam.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas subyek penelitian ke kalangan generasi lain selain generasi milenial, agar penelitian selanjutnya dapat lebih mendalam, karena pandangan dari setiap generasi dapat berbeda-beda. Misalnya generasi X atau generasi *baby boomers* yang secara usia lebih tua dibandingkan dengan generasi milenial sehingga sudah mulai memperhatikan kesehatan tubuh yang bisa dicapai melalui gaya hidup vegan.
4. Peneliti juga menyarakankan agar Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, misalnya kualitatif eksperimen yang melibatkan sekelompok informan melalui *focus group discussion* (FGD) sehingga informan tesebut dapat megungkapkan opininya dengan lebih leluasa dan mendalam, bukan hanya sekadar menjawab pertanyaan dari kuesioner.
5. **Saran Praktis**
6. Terdapat perbedaan minat menjadi vegan yang signifikan antara *pretest* dengan *posttest* di masing-masing kelas kontrol dan eksperimen, sehingga Peneliti memiliki saran untuk organisasi atau aktivis vegan. Kampanye vegan dapat menggabungkan penjelasan tentang vegan secara lisan dan pemberian tayangan video (audio visual) agar lebih efektif dalam memberikan pemahaman tentang vegan kepada kelompok masyarakat tertentu.
7. Berdasarkan hasil rata-rata skor pada tiap dimensi minat, ditemukan bahwa minat afeksi antara *pretest* dengan *posttest* di kelompok eksperimen memiliki perbedaan yang paling besar, yaitu 0,7; dibandingkan dengan dimensi lainnya pada masing-masing kelompok, sehingga saran Peneliti terhadap organisasi vegan atau aktivis vegan yang ingin melakukan kampanye vegan adalah pengunaan video (audio visual) dapat lebih efektif dalam memengaruhi minat afeksi kelompok masyarakat tertentu untuk menjadi vegan.