

## BAB VI

### PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, kemudian juga terdapat saran yang ditawarkan peneliti, untuk menjadi pertimbangan peneliti selanjutnya dalam meneliti aspek lain pada film *Flowers in The Attic 2014*.

#### 6.1. Kesimpulan

Setelah Alumni Angkatan 53 Sekolah Menengah Atas Giovanni Kupang menonton film *Flowers in The Attic 2014*, ternyata ada efek yang ditimbulkan. Efek yang ditimbulkan oleh para alumni merupakan contoh dari 3 efek media massa, yakni efek kognitif (pengetahuan), efek afektif (perasaan), dan efek konatif (perilaku).

Film *Flowers in The Attic 2014* bukan hanya sekedar untuk hiburan semata, melainkan ada pesan-pesan dan pengetahuan baru yang bisa diperoleh, seperti pengetahuan tentang pengalaman duka yang dialami oleh keluarga Dollanganger, beratnya menjadi seorang *single parent*, menambah pengetahuan tentang hubungan sedarah (*incest*), pentingnya pendidikan seksual pada anak, keharmonisan keluarga, pentingnya restu orang tua, bagaimana seharusnya hubungan antar kaka beradik, hingga perkembangan film. Selain itu, film *Flowers in The Attic 2014* juga sukses memainkan perasaan para alumni, melalui *scene* atau adegan-adegan yang dimainkan. Terbukti dengan pendapat-pendapat yang mereka utarakan, bahwa film ini membuat mereka merasa sedih, marah, senang, terharu, rasa penyayangan, bahkan rasa *relate*

atau sesuai dengan kisah hidup penonton. Pada akhirnya, lewat pengetahuan-pengetahuan yang diperoleh dan perasaan yang dirasakan, dua orang alumni, yakni Nagawi dan Angel telah tergerak untuk mengajarkan tentang pendidikan seks pada keluarga dan merekomendasikan film ini sebagai salah satu film keluarga yang menarik untuk disaksikan.

## **6.2. Saran**

Berikut adalah saran-saran yang bisa peneliti berikan, untuk menjadi bahan pertimbangan bagi beberapa pihak.

### **1. Bagi Penulis**

Penulis bisa mempelajari dan memperluas penelitian film *Flowers in The Attic 2014* ataupun film lain, diperkuat dengan teori-teori komunikasi lainnya.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Meneliti sebuah film adalah kegiatan yang perlu dipertahankan. Karena film bukan hanya sekedar hiburan, tetapi pastinya ada pesan-pesan, pelajaran, dan tujuan yang ingin disampaikan oleh pembuat cerita atau pembuat film kepada para penonton. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti film *Flowers in The Attic 2014*, harus melihat aspek-aspek lain dalam film ini, dan menggunakan Studi atau Teori lainnya.

### 3. Bagi Universitas dan Program Studi Ilmu Komunikasi

Pihak Universitas dan Program Studi sebaiknya mendukung pilihan mahasiswa untuk melakukan penelitian tentang film, dan tetap mengarahkan mahasiswa pada film berkualitas yang benar-benar layak untuk diteliti, karena selain salah satu hobi dari mahasiswa adalah menonton film, dalam sebuah film pastinya mengandung kaitan dengan Ilmu Komunikasi.

### 4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini hanya memfokuskan pada efek media massa, yakni efek yang ditimbulkan setelah menonton film *Flowers in The Attic 2014*. Namun, dalam film *Flowers in The Attic 2014* juga ada hal-hal lain yang bisa masyarakat nilai atau temukan, untuk menyempurnakan penelitian ini. Untuk itu, diharapkan masyarakat tidak hanya menonton film untuk mendapat hiburan semata, melainkan ada pengetahuan tambahan yang diperoleh, hingga perilaku-perilaku positif yang dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrea Lidwina <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/03/10-film-indonesia-paling-laris-sepanjang-2019> -diakses pada 10 April 2022
- Ardianto. (2007: 3). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dkk. (2014: 145). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Arikunto Suharsimi. (2006: 6). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto Suharsimi. (2013: 172). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arsyad Azhar. (2004: 3). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bambang Hermawan. (2008). Skripsi. *Dampak Kognitif Dan Afektif Tayangan Film Kartun Scooby Doo di Televisi Terhadap Anak (Survey Terhadap Siswa Kelas 5 SD Negeri Seruna I, Ciputat, Tangerang Banten)*
- Bookmyshowid <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/2019/12/27/ini-daftar-19-film-terbaik-hollywood-2019-versi-bookmyshow/amp/>-diakses pada 10 April 2022
- Bungin. M. Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cakrawala Susindra (16 Agustus 2020). *Film Flower in The Attic*, Review dan Sinopsisnya.
- Cegara Hafied. (2015: 5). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Denis McQuail dan Sven Windahl. (1985: 12, 68). *Model-model Komunikasi*. Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta
- (1999: 3). *Model-model Komunikasi*. Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta
- Effendy U. Onong. (2000: 211-216). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

- (2000: 218-219, 318-319). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro Ardianto dan Lukita Komala, Erdinaya Simbiosia (2004: 136-137) *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Rekatama Media.
- Elvinaro Ardianto dan Lukita Komala. (2007: 4, 16, 103). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Citra Aditya Bakti
- Eribka, Mariam, Stefi. (2017). Skripsi. *Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi*
- Herliana, Dyna. (2019: 121, 123). *Literasi Media Teori dan Fasilitasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kerlinger. (2000: 48). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Edisi 3. Cetakan 7. Yogyakarta: Gajah Mada Perss.
- McQuail, Dennis, (1989). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga: Jakarta.
- Moleong J. Lexy. (2010: 10). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Newman. (1997: 68, 72). *Social Reseach Methods Qualitative and Quantitative*. Approache: Boston
- Pawito. (2007: 9, 96). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara
- Pratista, Himawan. (2017: 1, 3). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Rahmat Jalaludin. (2003: 219). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rahardjo, Mudjia. (2018). *Paradigma Interpretif*. <http://repository.uinmalang.ac.id/2437/1/2437.pdf>. Diakses pada tanggal 11 April 2022

- Rumini Fajar. (2020). Skripsi. *Pengaruh Film Dua Garis Biru (Efek Kognitif, Afektif, dan Behavioral) Terhadap Kesadaran Remaja Akan Akibat Pergaulan Bebas (Survey Pada Siswa SMA Muhammadiyah 25 Pamulang)*
- Soerjono Soekanto. (2002: 148). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Radja Grafindo Persada, Jakarta.
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. (2000: 202). *Human Communication*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sugiyono. (2011: 51, 60, 240). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016: 19, 246). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alvabet CV.
- Sumadi Suryabrata. (2019: 2-4). *Efek Media Massa. E-Learning Universitas Bina Sarana*
- Tamburaka A. (2013: 117-118). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.