

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bagian ini memuat rangkuman hasil penelitian yang membicarakan pengaruh intensitas komunikasi peer group dan terpaan celebrity endorser di media sosial terhadap minat menggunakan rokok elektrik (vape) pada remaja. Di samping ringkasan, bagian ini juga akan menghadirkan saran atau rekomendasi yang mungkin bermanfaat dan dapat diimplementasikan baik secara praktis maupun dalam ranah akademis.

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan dan analisis data, beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

- 1) Hasil uji statistik melalui model regresi linear sederhana dari variabel bebas yakni intensitas komunikasi peer group ( $X_1$ ) terhadap minat menggunakan rokok elektrik (vape) pada remaja mengindikasikan adanya pengaruh sehingga hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Selain itu, tabel nilai koefisiensi menunjukkan bahwa arah pengaruhnya positif atau berbanding lurus.
- 2) Berdasarkan hasil uji hipotesis ( $H_2$ ) untuk mengetahui pengaruh variabel terpaan celebrity endorser di media sosial ( $X_2$ ) terhadap minat menggunakan rokok elektrik (vape) pada remaja, dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian bisa diterima karena menunjukkan adanya pengaruh dengan arah pengaruh yang positif berdasarkan nilai koefisiensi yang tertera.

## 5.2 Saran

Melalui hasil penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, beberapa saran maupun rekomendasi yang mungkin bisa bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu antara lain:

- 1) Mengingat besarnya pengaruh intensitas komunikasi dalam kelompok teman sebaya terhadap minat penggunaan rokok elektrik (vape), disarankan untuk lebih memperhatikan peran dan dinamika dalam grup remaja. Upaya untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negatif dari rokok elektrik dapat dilakukan melalui pendekatan yang lebih intensif dalam komunikasi antar teman sebaya. Misalnya dengan program penyuluhan dan edukasi yang dapat membantu remaja membuat keputusan yang lebih bijak terkait penggunaannya.
- 2) Mengingat besarnya pengaruh terpaan celebrity endorser di media sosial terhadap minat penggunaan rokok elektrik (vape), disarankan untuk memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap konten yang dipromosikan oleh selebriti di media sosial. Perlu ada langkah-langkah untuk membatasi akses remaja terhadap rokok elektrik, baik melalui penegakan regulasi yang lebih ketat dalam penjualan produk tersebut maupun pengawasan terhadap iklan dan promosi yang ditujukan pada kelompok usia muda.