

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai kampanye gerakan boikot produk pendukung Israel pada McDonald's Indonesia pada akun TikTok @calon\_surga8. Peneliti dengan ini dapat membuat kesimpulan bahwa akun TikTok @calon\_surga8 menggunakan beberapa konsep pesan kampanye yaitu meliputi adanya format, tone atau nuansa, konteks, waktu dan pengulangan.

Akan tetapi, akun TikTok @calon\_surga8 belum optimal menggunakan tahap-tahap teori konsep pesan kampanye karena kurang mampu menggunakan tahap format yaitu menyampaikan pesan dalam bentuk *font* visual sehingga tidak menarik perhatian audiens dari segi visual pada font dalam konten boikot McDonald's serta tidak melakukan tahap pengulangan sehingga pesan tersebut tidak menarik daya ingat untuk audiensnya terhadap konten boikot produk pendukung Israel pada McDonald's.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti sebagai berikut :

1. Untuk akun TikTok @calon\_surga8, peneliti berharap skripsi ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk ke depannya agar lebih baik lagi. Peneliti memberikan saran untuk lebih meningkatkan kreativitas dalam membuat konten boikot McDonald's sebagai produk pendukung Israel upaya menarik perhatian partisipasi masyarakat dalam memboikot McDonald's.
2. Untuk Universitas Islam 45 Bekasi, peneliti berharap supaya bisa memperbanyak buku-buku rujukan terkait kampanye gerakan boikot produk pendukung Israel melalui media sosial TikTok. Karena, sangat

penting dalam bidang komunikasi.

3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap supaya skripsi ini dapat menambah wawasan dan keilmuan serta bisa menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya untuk memperdalam lagi pembahasan terkait kampanye gerakan boikot produk pendukung Israel pada McDonald's melalui media sosial TikTok.