

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Komunikasi *word of mouth* memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk fanatisme masyarakat Kota Padang pada batu akik. Hal ini dimulai dari proses penerimaan pesan-pesan yang bersifat informatif yang dapat merubah sikap masyarakat Kota Padang yang awalnya hanya sekedar tahu dengan batu akik, menjadi lebih tertarik dengan batu akik. Seiring dengan berjalannya waktu, pesan-pesan tersebut menjadi lebih bersifat persuasif atau mengajak, yang diterima secara terus-menerus sehingga merubah perilaku masyarakat Kota Padang menjadi fanatik dengan batu akik.

Perubahan perilaku masyarakat Kota Padang yang menyukai batu akik menjadi fanatik pada batu akik juga dilihat dari adanya penerimaan dan menyetujui pesan yang diterima atas penilaian terhadap pesan-pesan tersebut sesuai dengan pengalaman masyarakat Kota Padang pada batu akik. Selain itu adanya rasa percaya terhadap pesan yang diterima dari orang yang memiliki kredibilitas yang tinggi terhadap batu akik, yang dapat membuat masyarakat Kota Padang yang menyukai batu akik menjadi fanatik pada batu akik.

1.2 Saran

1. Agar sesama masyarakat yang fanatik pada batu akik di Kota Padang selalu menjalin hubungan dengan menjaga komunikasi antar sesama pecinta batu akik. Sebab, dengan terjaganya komunikasi tersebut dapat pula menjaga keberadaan fenomena batu akik yang ada di Kota Padang.
2. Agar Pemerintah Kota Padang juga turut aktif untuk menghidupkan kembali fenomena batu akik. Sebab, dengan berkembangnya fenomena batu akik dapat juga mengangkat perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat Kota Padang.
3. Agar pihak-pihak tertentu seperti komunitas pecinta batu akik yang ada di Kota Padang juga berperan aktif untuk membuat acara-acara seperti pameran dan kontes batu akik, agar turut juga menghidupkan kembali batu akik di Kota Padang.
4. Sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dan menganalisis lebih jauh tentang fenomena batu akik di Kota Padang dalam sudut pandang dan fokus yang berbeda, namun masih dalam ranah ilmu komunikasi.

