Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa. Dari analisis deskriptif tentang karakteristik responden dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin perempuan (85,5% responden) dan mendominasi usia 15 – 21 tahun, dengan presentasi tertinggi 14,3% responden pada umur 17 tahun. Mereka sangat aktif di Instagram dibanding YouTube. Setelah menonton video iklan Iwearbanana, banyak yang tertarik melihat info lebih detil mengenai produk Iwearbanana (78,5% responden).

Pada iklan Iwearbanana, responden lebih menyukai adegan & warna yang menarik. Responden kurang begitu suka dengan visual yang terlalu *simple* dan adegan yang kurang menarik. Untuk menciptakan konsep video yang menyenangkan dan berjiwa muda, menggunakan lebih dari 2 warna akan terlihat lebih menarik. Warna primer (merah, biru dan kuning) dengan intensitas tinggi mampu menarik perhatian. Secara psikologis, ketiga warna tersebut mencerminkan keceriaan, *energic* dan berjiwa muda.

Penyaringan pemilihan *Influencer* bisa dilihat dari jumlah pengikut, kategori dan *engangement rate*. Memilih *influencer* sebagai *talent* pada video perlu diperhatikan *engagement rate* untuk mengukur tingkat keterlibatan antara *influencer* dengan para *followers*. Untuk mengukur *engagement rate* adalah

Peranan Sutradara Dalam..., Aulia Rizsa Wirizqi, FSD UMN, 2018

sebagai berikut: (*Likes* + *Comment* : Jumlah *Post*) : Jumlah *Followers* x 100 = *Engagement Rate*. Alangkah lebih baik jika memilih *talent* yang memiliki - *engagement rate* yang tinggi dan diambil dari berbagai lingkaran pertemanan, namun seumuran, agar video iklan tersebut dikenal banyak orang yang lebih beragam.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian hasil analisis terhadap pemilihan konsep, *influencer* dan penerimaan penonton *millennials* terhadap iklan Iwearbanana, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Kepada pembaca diharapkan tidak hanya memilih influencer berdasarkan jumlah *followers*, melainkan juga mempertimbangkan jumlah *engagement rate* yang dimiliki tiap influencer. Lebih diperhatikan lagi apakah *influencer* dan pengikutnya memiliki keterlibatan yang tinggi atau tidak, berdasarkan *likes* dan komentar.
2. Perhatikan setiap adegan dan visual memiliki keseimbangan desain yang sama, agar tidak terjadi perubahan yang terlalu mencolok sehingga ada yang terlihat terlalu *simple* atau terlalu penuh.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai influencer dan menemukan *influencer* baru yang berpotensial untuk menjadi talent dalam suatu merek lain.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA