



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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab sebelumnya dan hasil analisis penelitian yang didapat. Berikut kesimpulan yang dapat ditarik:

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh terbukti dari nilai signifikansi yang antara terpaan iklan WRP versi limited editions terhadap persepsi mengenai tubuh ideal oleh wanita. Hubungan tersebut bersifat positif yang mantap yaitu sebesar 0.66. Setelah diteliti dengan analisis regresi linear sederhana. Mendapatkan hasil dimana $Y = 21.573 + 0.501X$ artinya adalah setiap penambahan 1 poin pada variabel X (terpaan iklan produk susu WRP), maka variabel Y (persepsi tubuh ideal oleh wanita) akan meningkat 0.501 poin. Hal ini berarti terpaan tayangan iklan produk susu WRP versi limited edition berpengaruh terhadap persepsi mengenai tubuh ideal oleh wanita di POP Pilates Studio.
2. Dalam penelitian yang telah dilakukan kepada sejumlah responden yang merupakan member wanita yang aktif di POP Pilates Studio, maka hasil dari penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh antara terpaan tayangan iklan produk susu WRP versi "limited editions" terhadap persepsi mengenai tubuh ideal oleh wanita sebesar 43.5%. Hal ini berarti persepsi mengenai tubuh ideal oleh wanita dipengaruhi sebesar 43.5% oleh terpaan tayangan iklan. Sedangkan sisanya sebesar 56,5 % dijelaskan oleh variabel

diluar variabel yang digunakan. Selain itu, dimensi yang paling berpengaruh dalam variabel terpaan iklan terhadap variabel persepsi yaitu variabel frekuensi sebesar 4.167 dan yang paling kecil yaitu intensitas sebesar 0.604

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat. Berikut beberapa saran yang bermanfaat bagi penelitian lainnya::

1. Untuk penelitian yang mengambil topik serupa selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel lain dari efek terpaan tayangan iklan di televisi.
2. Bagi *agency* harus lebih meningkatkan kreatifitas dalam membuat iklan yang bertujuan untuk bagaimana membuat masyarakat luas untuk lebih intensif dalam menonton tayangan iklan agar pengaruh yang diberikan dapat lebih efektif.

UMMN