



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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perbedaan pengaruh iklan dengan *image* perempuan bertubuh langsing terhadap minat remaja melangsingkan tubuhnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut;

Terdapat perbedaan skor minat melangsingkan tubuh antara kelompok yang mendapat paparan iklan WRP dan kelompok yang tidak mendapat paparan iklan WRP. Perbedaan skor dapat dilihat dari tingginya skor minat pada kelompok yang mendapat paparan iklan WRP, yakni sebesar 60,40 sedangkan skor minat pada kelompok kontrol atau kelompok yang tidak mendapatkan iklan, yakni sebesar 43,40. Hal ini berarti Ada perbedaan signifikan pengaruh iklan dengan *image* perempuan bertubuh langsing terhadap minat remaja melangsingkan tubuhnya.

Serupa dengan asumsi teori *selective influence* yang menjelaskan bagaimana khalayak merespons pesan-pesan iklan dari media massa. Terdapat perbedaan kelompok dalam merespon pesan-pesan dan juga terdapat perbedaan persepsi penerimaan pesan. Meskipun terdapat perbedaan respon dan persepsi dari khalayak mengenai pesan sebuah iklan, tetapi periklanan dapat mengarahkan seseorang ataupun khalayak untuk berperilaku seperti isi pesan yang diiklankan di televisi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat beberapa saran teoritis yang dapat dilakukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis, yaitu;

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Menggunakan metode penelitian yang lain seperti metode survey.
2. Memilih sampel dengan karakteristik yang lebih beragam. Seperti membandingkan minat melangsingkan tubuh pada perempuan dewasa, atau membandingkan kelompok dengan tingkat pendidikan yang berbeda, tingkat finansial, umur, dan lain sebagainya.
3. Meneliti variabel terikat yang lain, seperti perbedaan pengaruh iklan dengan *image* perempuan bertubuh langsing terhadap penggunaan produk WRP.

UMMN