

BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian “Analisis Resepsi Terhadap *Influencer Marketing* Bibit” yang telah Penulis bahas dan lakukan, ditemukan bahwa proses *encoding* dan *decoding* tidak simetris karena pemaknaan dan penerimaan pesan oleh *decoder* tidak selalu sama dengan *encoder* atau pembuat pesan yang ingin sampaikan. Hal ini dapat terjadi karena posisi khalayak pada pesan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, hubungan dan latar belakang budaya yang dianutnya.

Dalam mewawancarai total tiga informan yaitu satu informan pertama posisi dominan, informan kedua posisi negosiasi, dan informan posisi oposisi.

Dalam mewawancarai total tiga informan, posisi dipengaruhi oleh faktor yang dimiliki oleh Stuart Hall. Seperti *framework of knowledge* dimana setiap informan dipengaruhi oleh keyakinan, pendidikan, dan pengalaman. *Relation of production* juga mempengaruhi informan dari relasinya terhadap keadaan sosial seperti hubungan informan dengan investasi di lingkungannya, dan *technical infrastructure* yang menjadi mediasi pesan atau teknologi yang dipakai informan dalam pemaknaannya terhadap *influencer marketing* Bibit.

Secara keseluruhan, meski *influencer marketing* Bibit yaitu Deddy Corbuzier menonjolkan keamanan dan kenyamanan dalam investasi, ketiga informan yakin Bibit memiliki resiko dalam berinvestasi. Hanya saja pandangan dari resiko yang berbeda-beda dari pengalamannya. Hal ini didasari dari pendidikan mereka yang memandang sebuah investasi. Observasi yang telah dilakukan Peneliti juga terlihat dari perilaku informan dalam menjawab pertanyaan.

Dari hasil penelitian menunjukkan, iklan Bibit yang dibintangi oleh Deddy Corbuzier dapat menimbulkan adanya asumsi dan kepercayaan terhadap dunia

investasi. Meski demikian, seluruh informan mengetahui Bibit adalah investasi reksadana sudah diawasi oleh OJK.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, Penulis mempunyai saran supaya nantinya apabila terdapat penelitian yang ingin melakukan penelitian serupa, penulis lain bisa meneliti pemaknaan khalayak menggunakan topik yang tidak sama & melakukannya menggunakan pengambilan data seperti FGD. Penulis menyarankan supaya penulis lain dapat menggunakan konsep *marketing* lain seperti *Personal selling* sehingga terdapat penelitian yang baru dalam konsep pemasaran komunikasi mengenai analisis resepsi.

5.2.1 Saran Praktis

Melalui hasil penelitian ini, Penulis berharap agar perusahaan dapat lebih mengerti bahwa pemilihan *influencer* dapat mempengaruhi makna pesan dan tidak selalu diterima oleh masyarakat. Selain itu, melalui penelitian ini, Penulis berharap agar pemerintah mengatur regulasi dan institusi dapat melakukan pencegahan terhadap munculnya investasi bodong.