

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan, bahwa :

1. a. Tanggapan responden terhadap iklan Rokok Djarum adalah :
 - 59 orang (59%) menyatakan setuju bahwa isi pesan yang diiklankan oleh Rokok Djarum menarik.
 - 67 orang (67%) menyatakan setuju bahwa kualitas gambar dari iklan Rokok Djarum dikatakan menarik.
 - 66 orang (66%) menyatakan tidak setuju bahwa kualitas gambar dari iklan Rokok Djarum membuat responden tertarik untuk membeli rokok tersebut.
 - 72 orang (72%) menyatakan sangat setuju bahwa penayangan iklan rokok pada malam hari.
 - 40 orang (40%) menyatakan netral dan 40 orang (40%) menyatakan setuju bahwa penayangan iklan rokok pada malam hari apakah dikatakan efektif.
 - 73 orang (73%) menyatakan setuju bahwa sering melihat iklan televisi dari Rokok Djarum.
- b. Tanggapan responden terhadap iklan *billboard* Rokok Djarum adalah:

- 52 orang (52%) menyatakan setuju bahwa isi pesan yang tertera di *billboard* Rokok Djarum menarik.
 - 63 orang (63%) menyatakan setuju bahwa kualitas gambar *billboard* Rokok Djarum menarik.
 - 63 orang (63%) menyatakan setuju bahwa ukuran iklan *billboard* Rokok Djarum itu besar.
 - 71 orang (71%) menyatakan setuju bahwa ukuran papan *billboard* dapat terlihat dengan jelas.
2. Tidak terdapat perbedaan tanggapan responden yang signifikan antara iklan televisi dan iklan *billboard* pada iklan Rokok Djarum. Karena nilai dari t hitung adalah 0,478 dengan df adalah 198 dan nilai Sig. (2 tailed) adalah 0,633, dengan taraf nyata 0,05, maka di dapat hasil bahwa H_0 diterima..

Adapun keterbatasan yang dimiliki oleh penulis di dalam melakukan penelitian ini adalah :

- Kriteria penentuan sampel hanya berdasarkan orang yang pernah melihat dan mengetahui iklan dari iklan Rokok Djarum tersebut.
- Pengambilan sampel untuk iklan televisi dan iklan *billboard* yang digabung.
- Indikator yang digunakan hanya berasal dari buku karangan F.Jefkins dan jurnal pendukung dari M. Nasir yaitu untuk iklan televisi adalah isi berita/pesan iklan, kualitas gambar, waktu/jam

tayang dan frekuensi waktu tayang. Sedangkan iklan *billboard* adalah isi berita/pesan iklan, kualitas gambar, ukuran iklan dan ukuran papan.

5.2 Saran

Sehingga saran-saran yang ingin disampaikan adalah :

1. Diharapkan penulis dapat menggunakan kriteria penentuan sampel berdasarkan orang yang mengkonsumsi dan mengetahui rokok dari Djarum tersebut.
2. Pengambilan sampel untuk iklan televisi dan iklan *billboard* sebaiknya jangan digabung agar diperoleh hasil yang lebih maksimal.
3. Diharapkan penulis dapat menggunakan buku pegangan lainnya sebagai acuan tambahan di dalam melihat indikator yang akan digunakan.