BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden Iklan Melalui Media Televisi tergolong dalam kategori baik. Hal ini bisa terlihat karena tanggapan responden terhadap Iklan Motor Yamaha Jupiter MX disebabkan oleh sumber pesan. Sumber pesan ini adalah indikator yang sering muncul. Sumber pesan yang menyampaikan pada iklan Motor Yamaha Jupiter MX adalah pembalap Internasionl "Valentino Rossy". Untuk menampilkan periklanan yang mampu membujuk, mampu membangkitkan, dan mempertahankan ingatan konsumen akan produk yang ditawarkan maka diperlukan suatu penyampaian pesan atau komunikator yang sangat baik. Menurut **Djaslim Saladin (2006: 177)**, dalam merancang bentuk pesan dari sebuah penayangan iklan salah satu hal yang harus diperhatikan adalah sumber pesan. Sumber pesan itu membuat pesan- pesan yang akan disampaikan lebih persuasive sifatnya dan dapat dipercaya. Dalam menyampaikan pesan terdapat tiga faktor yang membuat atau mempengaruhi kredibilitas pesan, yaitu: keahlian, terpercaya dan disukai.
2. Tanggapan responden mengenai Sikap Konsumen tergolong dalam kategori baik. Untuk sikap konsumen pada Motor Yamaha Jupiter MX

indikator yang sering muncul menurut tanggapan responden adalah komponen afektif. Menurut **Djaslim Saladin (2002: 101)**, ada komponen-komponen yang terdapat pada sikap. Salah satunya adalah komponen afektif. Komponen afektif adalah evaluasi terhadap merek, dimana evaluasi merek mengakibatkan timbulnya perasaan senang atau tidak senang terhadap produk.

3. Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi terhadap Sikap Konsumen cukup kuat. Dengan kata lain bahwa iklan melalui media televisi memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap sikap konsumen.

5.2 Saran

Dari uraian di atas saran yang dapat diberikan oleh penulis yang diharapkan bisa membantu perkembangan perusahaan menjadi lebih baik lagi.

Adapun saran dari penulis adalah sebagi berikut:

1. Sebaiknya, perusahaan tetap mempertahankan sumber yang mempromosikan produknya. Hal ini bisa terlihat karena tanggapan responden terhadap Iklan Motor Yamaha Jupiter MX disebabkan oleh sumber pesan. Sumber pesan ini adalah indikator yang sering muncul. Responden menaggapi iklan Motor Yamaha Jupiter MX, karena sumber yang menyampaikan pesan adalah pemabalap Internasional ”Valentino Rossy”. Dan juga sebaiknya, perusahaan meningkatkan format pesan. Format pesan menyangkut pokok berita, kalimat-kalimat, ilustrasi dan warna. Komunikator harus mampu mengkombinasikan secara kontras agar

benar-benar menarik bagi yang membaca dan melihatnya (**Djaslim Saladin 2006: 177)**.

2. Sebaiknya perusahaan mempertahankan komponen afektif dalam mempromosikan produk Motor Yamaha Jupiter MX. Untuk sikap konsumen pada Motor Yamaha Jupiter MX, indikator yang sering muncul menurut tanggapan responden adalah komponen afektif. Semakin menarik iklan yang ditayangkan, maka semakin positif juga aspek kognatif pemirsa terhadap produk Motor Yamaha Jupiter MX. Tetapi pada kenyataanya komponen kognitif menurut tanggapan responden adalah indikator yang jarang muncul atau dengan kata lain nilai yang paling rendah. Dan sebaiknya perusahaan meningkatkan komponen kognatif nya.
3. Sebaiknya, perusahaan pun perlu mengkaji ulang sasaran pada sikap konsumen, apakah iklan Motor Yamaha Jupiter MX akan mempengaruhi responden untuk membeli Motor Yamaha Jupiter MX. Karena, banyak responden yang memberikan tanggapan positif terhadap iklan dan produk, akan tetapi tidak memilki kecenderungan untuk berperilaku. Karena dari hasil penelitian, responden menyatakan mereka memang merespon iklan tersebut namun mereka membeli Motor Yamaha Jupiter MX, bukan karena pengaruh iklan akan tetapi karena pengaruh teman.