

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Iklan situs belanja online shopee menggunakan media youtube secara keseluruhan berada pada skala efektif. Hal ini berdasarkan pada analisis data dengan EPIC Model diketahui bahwa nilai efektifitas iklan situs belanja online shopee menggunakan media youtube adalah sebesar 3,54.
2. Berdasarkan pada analisis data dengan EPIC Model diketahui bahwa nilai efektifitas iklan situs belanja online shopee menggunakan media televisi adalah sebesar 3,41. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan iklan situs belanja online shopee pada media televisi berada pada skala efektif.
3. Berdasarkan hasil uji T Sampel didapatkan hasil bahwa efektifitas iklan situs belanja online shopee menggunakan media youtube dan televisi ditinjau dari dimensi *empathy*, *persuassion*, *impact* dan *communication* secara keseluruhan memiliki nilai signifikansi 2-tailed yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan efektifitas iklan situs belanja online shopee yang menggunakan media youtube dan televisi dan iklan situs belanja online shopee menggunakan media youtube secara signifikan lebih efektif dibandingkan menggunakan media televisi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan, maka dapat dikembangkan beberapa saran bagi perusahaan dalam penelitian ini. Adapun saran – saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini, dimensi *empathy* pada kedua media memiliki rentang skala cukup efektif dan memiliki nilai yang lebih rendah daripada dimensi lain, sehingga diperlukan upaya – upaya untuk menumbuhkan rasa *empathy* pada penonton. Dalam hal ini shopee telah berupaya untuk menumbuhkan rasa *empathy* dengan menampilkan selebriti yang sedang hits atau trend pada kurun waktu tertentu, namun trend selalu berubah dengan cepat setiap saat sehingga diperlukan adanya pendekatan lain untuk menumbuhkan rasa *empathy*, misal dengan membuat iklan yang realistis dengan kehidupan sehari – hari yang memiliki nilai perjuangan, pengorbanan, keberhasilan dan lain – lain.
2. Youtube memiliki peluang yang besar sebagai media iklan dan memiliki efektifitas yang lebih besar daripada media televisi, sehingga pengiklan harus senantiasa mengoptimalkan pengelolaan dan penggunaan youtube sebagai media iklan.