

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data, analisis serta pembahasan dalam halaman sebelumnya mengenai persepsi masyarakat di Surabaya terhadap tayangan iklan aplikasi 17 Media Live Streaming di *youtube* yang telah di persepsikan oleh para informan. Dari analisis data serta pembahasan mulai dari informan pertama hingga informan terakhir, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut :

1. Tiga dari empat informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini mengemukakan respon yang negatif atau kurang setuju terhadap tayangan iklan aplikasi 17 Media Live Streaming tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor.
 - a. Model atau *talent* perempuan dalam iklan tersebut dinilai terlalu seksi bahkan terlalu vulgar untuk dijadikan model atau *talent* dalam tayangan iklan aplikasi tersebut.
 - b. Pakaian atau busana yang dikenakan oleh model atau *talent* perempuan dalam iklan tersebut dinilai terlalu minim dan terbuka untuk dikenakan dalam tayangan iklan aplikasi tersebut.
 - c. Pose atau adegan yang dilakukan oleh model atau *talent* perempuan dalam iklan tersebut terlalu mengekspos bagian tubuh dan dinilai menggoda

bahkan menantang para khalayak pria dalam tayangan iklan aplikasi tersebut.

- d. Chat-chat dari laki-laki yang menanyakan tentang kegiatan sehari-hari dari model atau *talent* perempuan dalam iklan tersebut juga dinilai menggoda model atau *talent* perempuan dalam tayangan iklan aplikasi tersebut.
- e. Iklan aplikasi 17 Media Live Streaming di *youtube* dinilai kurang pantas jika sampai ditonton oleh anak-anak dibawah umur karena bisa mempengaruhi tumbuh kembang anak.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian yang dilakukan kepada informan, maka didapatkan saran-saran yang berguna. Adapun saran-saran tersebut anantara lain :

1. Informan merupakan bagian terpenting dari metode kualitatif, untuk bisa mendapatkan informasi yang diinginkan oleh peneliti, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar mencari informan lebih baik dari peneliti sebelumnya, serta diminta lebih menjelaskan secara detail permasalahan yang ditanyakan oleh peneliti.
2. Pemasar harusnya lebih memperhatikan konten tayangan dalam sebuah iklan untuk menghindari adanya pro dan kontra dalam masyarakat. Pemasar juga harus memperhatikan masalah nilai moral dan etika dalam proses periklanan ditengah persaingan dunia bisnis yang ketat.

3. Produsen iklan harus memperhatikan nilai kebudayaan saat tengah dalam proses mengiklankan suatu produk, barang atau jasa agar tidak menjadi kontroversi dalam masyarakat. Dan juga harus memperhatikan segmentasi agar menghindarkan iklan tersebut ditonton oleh anak-anak dibawah umur.