

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan temuan data dan analisis data dalam bentuk tabel-tabel frekuensi pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sikap netizen Surabaya terhadap iklan Go-Jek versi ‘Vertibokek’ di Youtube adalah positif.

Positif yang berarti bahwa netizen Surabaya menanggapi secara baik iklan Go-Jek versi ‘Vertibokek’ dengan memberikan dukungan untuk perusahaan atau produk dari Go-Jek setelah melihat iklan di YouTube. Dalam hal ini, Go-Jek berhasil dalam mengomunikasikan produknya, yakni metode pembayaran Go-Pay, di dalam iklan Go-Jek versi ‘Vertibokek’, dan memberikan citra positif kepada netizen yang menonton hingga memberikan dukungan balik pada perusahaan. Sesuai dengan teori S-O-R (Stimulus – Organism – Respon), yakni iklan Go-Jek sebagai Stimulus, yakni pemberi dan pembuat informasi, lalu responden atau penonton iklan sebagai organism yakni penerima informasi, dan citra positif sebagai respon, yakni hasil dari efek informasi yang diberikan oleh responden, seperti yang telah diteliti.

Rasa percaya yang tinggi terhadap Go-Jek juga didapatkan melalui iklan yang ditayangkan oleh Go-Jek, dengan kampanye atau alur cerita yang menarik perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa YouTube bisa memberikan pengaruh dalam perubahan sikap netizen Surabaya seperti memberikan tanggapan, kritikan, dan pujian.

## 5.2 Saran

Saran yang disampaikan peneliti yang berkaitan dengan sikap netizen Surabaya terhadap iklan Go-Jek versi ‘Vertibokek’ di YouTube yaitu:

1. Bagi perusahaan, pesan atau informasi yang disampaikan di dalam video iklan harus bisa lebih kreatif dan sesederhana mungkin agar dapat menjangkau lebih banyak penonton dengan selera berbeda, yang lebih mudah dipahami oleh seluruh masyarakat yang melihatnya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana mempraktekkan ilmu yang didapat selama berada di bangku perkuliahan, semoga dapat menjadi salah satu sumber informasi dan tambahan ilmu untuk penelitian mengenai sikap di kemudian hari.