

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh pesan iklansusu L-Men versi “*Mirror*” terhadap sikap pentingnya memiliki badan atletis pada anggota komunitas *Calistnation*, maka penulis mengambil kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian tersebut. Beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah pengaruh besarnya pesan iklan susu L-Men dengan sikap pentingnya memiliki badan atletis memiliki perhitungan koefisien korelasi menggunakan rumus *Correlation Pearson Product Moment* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS 20 maka ditemukan hasilnya sebesar 0,866, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (Pesan iklan) dan variabel Y (Sikap) terdapat hubungan dan bersifat positif atau hubungannya searah artinya semakin tinggi pesan iklan susu L-Men dimata masyarakat maka akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran akan pentingnya memiliki badan atletis. Hubungan antara pesan iklan dan sikap termasuk kategori yang sangat kuat karena berada pada interval 0.800-1.000 hal ini disebabkan karena sikap pentingnya memiliki badan atletis dipengaruhi oleh pesan iklan.

Pada perhitungan pengaruh variabel pesan iklan (X) dengan variabel sikap pentingnya memiliki badan atletis (Y) penulis mendapatkan angka sebesar 75 % artinya bahwa, adanya pengaruh variabel pesan iklan (X) terhadap sikap pentingnya mengkonsumsi susu (Y) sebesar 75%, sementara 25% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian, seperti misalnya event dan *worth of mouth*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan bagi kemajuan Perusahaan L-Men diantaranya :

1. Perusahaan L-Men harus membuat iklan yang dapat membuat penontonnya lebih memperhatikan perkembangan otot mereka. Agar dapat mengingatkan bahwa memiliki badan atletis itu penting bagi kehidupan sehari-hari.
2. Perusahaan L-Men harus membuat iklan yang unik atau berbeda dari iklan-iklan yang lain agar mudah diingat oleh penonton, sehingga membuat iklan L-Men itu telah berada dibenak masyarakat.

