

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian hasil penelitian berupa analisis data dari jawaban 100 responden dan hasil pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh bahwa terpaan iklan Ruangguru di televisi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru. Diketahui juga terdapat pengaruh antara terpaan iklan Ruangguru di televisi terhadap keputusan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru bagi pelajar jenjang SMA dan besaran pengaruhnya sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adanya terpaan iklan televisi yang dilakukan secara intens dan dikemas secara sedemikian rupa oleh Ruangguru sehingga menimbulkan suatu terpaan dapat menggerakkan khalayak untuk melakukan suatu pembelian atau keputusan penggunaan aplikasi bimbingan belajar online Ruangguru. Pesan-pesan yang disampaikan dalam iklan berupa promo, keunggulan, kebutuhan, fitur, dan manfaat yang membuat responden terbujuk untuk akhirnya menggunakan Ruangguru.

Hal tersebut sesuai dengan teori *selective influence*, bahwa khalayak akan memperhatikan dan mempresepsikan pesan secara positif apabila pesan yang disampaikan dalam terpaan iklan di media massa menyangkut kebutuhan dan harapan khalayak terkait adanya produk yang diiklankan tersebut, sehingga khalayak dapat mempertimbangkan untuk memutuskan menggunakan produk atau jasa tersebut yang menimbang dari keuntungan dan kerugian setelah melihat iklan tersebut dan pada akhirnya membentuk khalayak untuk mengambil keputusan pembelian (penggunaan) suatu produk atau jasa. Sama halnya Ruangguru yang melakukan terpaan iklan di televisi yang membuat khalayak responden terpengaruh dan melakukan keputusan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru.

Fitriyah, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN RUANGGURU DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BIMBINGAN BELAJAR ONLINE RUANGGURU (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Ruangguru)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh terpaan iklan Ruangguru di televisi terhadap keputusan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, terdapat saran yang bisa peneliti berikan baik secara praktik ataupun akademik.

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan terpaan iklan Ruangguru di televisi memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru. Diketahui pula bahwa sebagian besar responden yang notabeneanya anak muda berumur 15-20 masih menggunakan media televisi yang terlihat dari kebanyakan dari responden terkena terpaan iklan dengan tingkat yang tinggi, menunjukkan bahwa penting bagi Ruangguru untuk melakukan terpaan iklan di televisi secara berkala, selain untuk membujuk konsumen baru tetapi juga sebagai pengingat konsumen lama untuk terus menggunakan bimbingan belajar online Ruangguru. Sehingga Ruangguru harus mempertahankan atau meningkatkan frekuensi penayangan iklannya di televisi, sehingga dapat mempertahankan eksistensi mereka sebagai aplikasi bimbingan belajar online nomor satu.

Selain memperhatikan frekuensi penayangan iklan, adanya terpaan pesan iklan di televisi berupa kode promo, diskon dan fitur baru juga menjadi perhatian besar bagi para khalayak untuk lebih tertarik, mempertimbangkan, serta memantapkan pilihan untuk penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru. Maka Ruangguru juga harus mempertahankan dan menambahkan variasi promo dan fitur menarik untuk nantinya dapat lebih menarik khalayak sasaran untuk mau mengambil keputusan atau melanjutkan penggunaan bimbingan belajar online Ruangguru.

Berdasarkan temuan pada penelitian ini terdapat 41,9% pengaruh keputusan penggunaan bimbingan online Ruangguru yang tidak diteliti, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti faktor atau variabel pengaruh lain selain terpaan iklan televisi seperti faktor promosi dan juga dapat meneliti media lainnya yang digunakan Ruangguru dalam memasarkan aplikasinya.

Fitriyah, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN RUANGGURU DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BIMBINGAN BELAJAR ONLINE RUANGGURU (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Ruangguru)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Kelemahan dari penelitian ini adalah tidak dapat menggali lebih jauh lagi tentang kesamaan pesan dengan kebutuhan yang dimaksud responden, maka hal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti atau menganalisa dari segi faktor kebutuhan.

Fitriyah, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN RUANGGURU DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BIMBINGAN BELAJAR ONLINE RUANGGURU (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Ruangguru)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]