

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Hasil penelitian Evaluasi Kepatuhan Iklan Produk Kosmetik Pencerah Kulit di TikTok Terhadap Peraturan Pengawasan Periklanan Kosmetika memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persentase produk pencerah kulit pada iklan TikTok yang tidak memiliki izin edar yaitu sebanyak 10% dan didominasi oleh jenis produk *day cream & night cream* yaitu sebesar 5,38%.
2. Persentase kepatuhan iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok berdasarkan domain umum sebesar 99,23%, pemeran iklan sebesar 94,61%, data riset dan statistik sebesar 98,46%, testimoni dan rekomendasi sebesar 87,69%, lain-lain sebesar 99,23%.
3. Terdapat hubungan antara izin edar pada kepatuhan iklan kosmetik pencerah kulit di TikTok pada domain umum dengan nilai signifikansi sebesar 0,003, namun izin edar tidak berpengaruh pada domain pemeran iklan, data riset dan statistik, testimoni dan rekomendasi, dan lain-lain pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetik

V.2 Saran

Saran pada penelitian selanjutnya yaitu:

1. Dapat dilakukan penelitian evaluasi iklan kosmetik di TikTok dengan sampel yang lebih banyak atau dengan jangka waktu yang lebih panjang
2. Dapat dilakukan penelitian evaluasi iklan kosmetik di TikTok dengan kriteria inklusi sampel dengan jenis produk kosmetik lainnya
3. Dapat dilakukan penelitian evaluasi iklan kosmetik di TikTok dengan lebih mengeksplorasi jenis iklan di TikTok, seperti iklan kosmetik pada slide foto atau keranjang kuningnya.