

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis menyimpulkan bahwa:

- a. Terdapat Pengaruh yang Kuat antara Iklan Animasi Oreo di Televisi terhadap Minat Beli Pelajar SDN Pondok Labu 05 Pagi.
- b. Iklan Animasi Oreo di Televisi dinilai menarik oleh Pelajar SDN Pondok Labu 05 Pagi karena karakter animasi si vampir dan si hiu yang dinilainya lucu dan unik.
- c. Responden usia 11 tahun yang di dominasi oleh pelajar kelas 5 SDN Pondok Labu 05 Pagi ini memiliki presentase lebih tinggi dalam hasratnya untuk memiliki biskuit Oreo setelah melihat iklan animasi Oreo di televisi daripada usia 12 tahun yang didominasi oleh pelajar kelas 6 SDN Pondok Labu 05 Pagi, karena pelajar kelas 6 SDN Pondok Labu 05 Pagi sedang dalam fokus belajar untuk persiapan Ujian Nasional sehingga kurang memperhatikan iklan.
- d. Responden berjenis kelamin perempuan pada pelajar SDN Pondok Labu 05 Pagi memiliki presentase paling tinggi yang merasa secara keseluruhan iklan animasi Oreo di televisi sangat dapat menarik perhatiannya daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki, karena anak perempuan lebih memiliki rasa empati yang merupakan ciri khas dari perempuan yang lebih peka terhadap emosi orang lain dan bisa lebih mengungkapkan emosinya dibandingkan laki-laki. Koestner (Aulia 2015, hlm.1). Sehingga, anak perempuan lebih dapat tertarik perhatiannya karena rasa emosional dan peka atau memiliki perasaan yang tinggi terhadap sesuatu yang disukainya.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh iklan animasi oreo di

televisi terhadap minat beli, serta melihat hasil dari penelitian tersebut. Maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pada penelitian ini penulis menyarankan kepada Oreo agar iklan animasi Oreo di televisi tetap dipertahankan, karena pada zaman sekarang ini yang semakin maju dan masuk dalam era perdagangan bebas dimana persaingan dalam dunia usaha pun semakin meningkat sehingga perusahaan harus lebih kreatif dan dapat berinovasi dengan baik, dan jangan terlena dengan merek produk Oreo yang sudah cukup dikenal luas, untuk saat ini iklan dengan animasi menjadi daya tarik tersendiri terutama dengan target yang dituju ialah anak-anak sama halnya dengan peminat biskuit Oreo ini yang notabennya ialah anak-anak.
- b. Untuk Iklan animasi Oreo dengan tema penuh keajaiban agar dipertahankan serta di variasikan lagi untuk membuat berbagai macam versi karakter lagi, tidak hanya vampir dan hiu untuk menjaga eksistensi perusahaan ataupun agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang lebih lama. Serta strategi promosi iklan animasi yang tidak hanya ditampilkan di media televisi mungkin bisa diterapkan pada media lainnya juga agar daya jangkau promosi nya bisa lebih luas lagi.