

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Setelah peneliti melakukan pengukuran efektivitas menggunakan *EPIC Model*, dapat diketahui bahwa kampanye iklan *#AnakBangsaBisa* yang dilakukan oleh Go-Jek di Instagram mereka dinilai efektif, dengan skor rata-rata empat dimensi kritis sebesar 4,13 (di antara 3,40 – 4,20). Dengan dimensi *Empathy* memiliki skor sebesar 4,19; lalu Dimensi *Persuasion* dengan skor 3,96; Dimensi *Impact* sebesar 4,25; dan Dimensi *Communication* dengan skor 4,15. Sehingga apabila dilihat melalui dimensi kritisnya, iklan *#AnakBangsaBisa* efektif dari keempat dimensi *EPIC* (Skor dimensi $\geq 3,40$).
2. Berdasarkan skor rata-rata didapatkan Dimensi *Impact* dengan skor 4,25 sebagai dimensi dengan skor rata-rata tertinggi (masuk kategori Sangat Efektif). Tingginya efektivitas dimensi ini memiliki arti bahwa iklan *#AnakBangsaBisa* berhasil menciptakan dampak yang besar kepada responden melalui pesan iklannya, yaitu untuk ikut mengapresiasi merek lokal atau tokoh yang diangkat dalam iklan *#AnakBangsaBisa*.

5.2 Saran

Penelitian ini menguji efektivitas kampanye iklan *#AnakBangsaBisa* menggunakan *EPIC Model*, dengan metode kuantitatif deskriptif, untuk menggambarkan secara spesifik seberapa besar efektivitas dilihat dari keempat dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Sehingga penelitian ini tidak menguji hubungan antar variabel atau lebih karena itu akan membuat penelitian ini menjadi kurang dalam.

Penelitian ini membahas Instagram sebagai media kampanye iklan. Namun pada kenyataannya masih terdapat beberapa media sosial lain yang bisa digunakan sebagai media beriklan yang menjangkau audiens yang lebih luas, seperti Twitter (situs *microblogging*), Facebook, Pinterest, Behance, dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan, dengan meneliti sesuatu yang sudah terkenal luas maka akan mudah ditebak hasil penelitiannya. Objek penelitian yang jarang diketahui akan lebih menarik untuk disimak dan diteliti. Pada penelitian selanjutnya, objek yang akan diteliti serta media yang akan dipilih sebaiknya lebih dieksplorasi lagi. Sehingga hasil akhirnya akan lebih berguna baik oleh objek peneliti maupun peneliti itu sendiri.

