

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini analisa pada iklan pantene Bye #RambutCapek dengan metode AISAS adalah

1. Dimensi Attention memiliki nilai Istimewa
2. Dimensi Interest, Search, Action memiliki nilai Baik
3. Dimensi Share memiliki nilai Rata-rata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis efektivitas yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak pengelola PT. Procter & Gamble (P&G) Diharapkan untuk mempertahankan nilai Attention dan perlu memperhatikan nilai Share sehingga penonton terstimulasi untuk menyebar informasi yang ada pada iklan tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi dan menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.