

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai efektivitas iklan melalui media elektronik dan media cetak pada IIB Darmajaya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan IIB Darmajaya melalui media elektronik (instagram) dilihat dari indikator-indikator *EPIC model* masuk kedalam kriteria “Sangat Efektif”
2. Iklan IIB Darmajaya melalui media cetak (baliho) dilihat dari indikator-indikator *EPIC model* masuk kedalam kriteria “Sangat Efektif”.
3. Jika kedua media iklan yang digunakan oleh IIB Darmajaya dibandingkan berdasarkan hasil penelitian efektivitas iklan melalui media elektronik dan media cetak, maka media cetak lebih efektif dibandingkan media elektronik dengan selisih nilai *EPIC Model* sebesar 0,12.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. IIB Darmajaya sebaiknya dapat membuat iklan melalui media elektronik (instagram) yang dapat menimbulkan kesan sehingga orang yang melihat iklan dapat lebih merasakan makna dari iklan tersebut.
2. IIB Darmajaya sebaiknya lebih aktif dalam membuat iklan-iklan melalui media elektronik (instagram).
3. IIB Darmajaya sebaiknya dapat membuat variasi-variasi iklan yang menarik untuk memperkuat karakter IIB Darmajaya sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terbaik di Lampung.