

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian mengenai tingkat efektivitas iklan Kapal Api di media sosial dapat diketahui bahwa nilai EPIC model adalah sebesar 3,66. Jika didasarkan pada posisi keputusan maka nilai 3,73 berada pada range 3,40 – 4,20. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum tingkat efektivitas iklan Kapal Api yang telah dilakukan oleh Kapal Api berdasarkan indikator – indikator EPIC model. Berdasarkan nilai dari atribut iklan, nilai tertinggi yaitu ada pada atribut *emphaty*. Sedangkan nilai atribut promosi nilai terendah ada pada atribut *persuasion*. Secara keseluruhan faktor pada dimensi EPIC termasuk dalam kategori efektif, pada EPIC model secara keseluruhan memang berada dalam kategori iklan yang efektif, namun secara parsial terdapat satu dimensi yang memiliki nilai paling kecil diantara tiga dimensi lainnya yakni dimensi komunikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi yang telah diberikan oleh iklan Kapal Api di media sosial belum mampu secara maksimal memberikan informasi kepada konsumen dalam mengingat pesan utama yang disampaikan, pemahaman konsumen dan kekuatan kesan yang ditinggalkan pesan tersebut untuk melakukan pilihan tindakan selanjutnya.

5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian berdasarkan iklan PT. Santos Jaya Abadi yang dilakukan di media sosial jika dilakukan dengan menggunakan metode EPIC model berdasarkan keempat dimensi empati (*emphaty*), dimensi persuasi (*persuasion*), dampak (*impact*), dan komunikasi (*communication*) ternyata sudah efektif. Akan tetapi pada dimensi dampak masih harus ditingkatkan hal ini terkait rasa kepercayaan konsumen terhadap produk Kapal Api dibandingkan dengan produk kopi lain setelah melihat iklannya “Secangkir Semangat untuk Indonesia” masih rendah untuk itu PT. Santos Jaya Abadi bisa lebih menekankan dimensi dampak pada iklan yang akan dilakukan kedepannya agar konsumen ketika melihat iklan yang dilakukan Kapal Api akan lebih percaya dengan produk tersebut.
2. Kapal Api dapat terus melakukan iklan yang bertemakan budaya negara Indonesia karena pada dasarnya dengan menampilkan budaya Indonesia yang beraneka ragam dapat membuat masyarakat ikut menjaga dan melestarikan budaya-budaya tersebut.