

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, dan pembahasan hasil penelitian tentang efektivitas iklan youtube Clas Mild strategi pemasaran komunikasi melalui iklan youtube dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Efektivitas iklan youtube dari Clas Mild terdapat hasil dari empat dimensi EPIC (*Empathy, Persuasi, Impact, Communication*) adalah Efektif.
2. Dimens *Communication* merupakan Dimensi yang paling efektif dibandingkan dimensi lainnya dalam iklan Clas Mild Versi “*The Shadow Painter*” dengan skor rata-rata 3,83 dan tergolong pada rentang skala efektif. Sedangkan dimensi *Impact* merupakan dimensi dengan skor rata-rata terendah yaitu 3,48 yang terletak pada rentang skala efektif.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pengujian efektivitas iklan dan kesimpulan, maka penulis memberikan sara kepada perusahaan Clas Mild sebagai berikut:

1. Pemahaman pembaca dan kekuatan pesan dalam iklan sudah baik, pengetahuan konsumen terhadap iklan dapat mengingatkan dan memahami produk
2. Dalam penelitian pengembangan penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh efektivitas iklan baik menggunakan EPIC Model ataupun metode lainnya
3. Bagi perusahaan disarankan untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing secara berkala, untuk mengetahui tema iklan yang unggul untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif