

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa:

1. Divergensi iklan Shopee berpengaruh positif terhadap Nilai Hiburan Persepaian. Pengaruh positif tersebut timbul karena hasil pengaruh antara divergensi iklan Shopee terhadap Nilai Hiburan Iklan Shopee sebesar 41,7%. Pengaruh tersebut juga timbul karena semakin iklan Shopee memiliki iklan yang baru, berbeda dari pada iklan lainnya, maka akan semakin membuat masyarakat menjadi terhibur dan tertarik untuk melihat iklan Shopee.
2. Divergensi iklan Shopee berpengaruh positif terhadap sikap terhadap iklan Shopee. Pengaruh positif tersebut muncul karena angka yang diperoleh dari pengaruh Divergensi Iklan Shopee terhadap Sikap terhadap iklan Shopee sebesar 35,8% dan menunjukkan nilai yang positif, selain itu pengaruh tersebut muncul karena masyarakat beranggapan jika iklan Shopee dibuat sekreatif mungkin dan berbeda dari iklan lainnya, maka mereka akan menyukai iklan Shopee, tahapan ketika sudah menyukai iklan Shopee adalah mereka akan melihat iklan Shopee dan mulai mengenali aplikasi Shopee
3. Divergensi iklan Shopee berpengaruh terhadap Sikap terhadap Aplikasi Shopee. Pengaruh yang timbul adalah positif dan signifikan dengan

hasil yang diperoleh sebesar 20,4%. Selain ditunjukkan dengan hasil yang positif, hal ini juga karena seseorang yang telah terhibur, menyukai iklan Shopee, tahapan selanjutnya mereka akan mengenali aplikasi Shopee dan sikap yang timbul adalah sikap positif terhadap aplikasi Shopee. Hal ini juga dibuktikan dengan tanggapan masyarakat mengenai aplikasi Shopee adalah aplikasi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan berbelanja online mereka.

B. Saran

Saran yang diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Pembuat iklan Shopee harus selalu berinovasi dalam membuat iklan, agar iklan Shopee selalu bisa menarik perhatian masyarakat untuk membeli barang melalui aplikasi Shopee
2. Penonton iklan akan memperhatikan iklan ketika iklan tersebut mengandung unsur hiburan, oleh karena itu produsen iklan Shopee harus membuat iklan yang mengandung unsur Nilai Hiburan Persepaian agar iklannya selalu diperhatikan oleh masyarakat.
3. Frekuensi pemutaran iklan Shopee di Youtube harus sering dilakukan, karena semakin sering intensitas masyarakat menonton iklan Shopee, maka semakin sering masyarakat akan mengenali aplikasi Shopee.
4. Diharapkan penelitian selanjutnya melakukan penelitian mengenai Pengaruh Aspek Relevansi Iklan Shopee terhadap Nilai Hiburan Persepaian pada Iklan Shopee, Sikap terhadap iklan Shopee dan Sikap terhadap Aplikasi Shopee, atau Pengaruh Aspek Divergensi dan

Relevansi Iklan Shopee terhadap Nilai Hiburan Persepaian pada Iklan
Shopee, Sikap terhadap iklan Shopee dan Sikap terhadap Aplikasi
Shopee.