

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang Persepsi Mahasiswi Suku Minangkabau terhadap Identitas Perempuan dalam Iklan *Webseries* Tropicana Slim Stevia versi “Sore-Istri dari masa depan” di youtube, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswi suku minangkabau terhadap Identitas perempuan dalam iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”, pertama pengalaman dan kedua latar belakang budaya.

Sembilan dari sepuluh informan memiliki persepsi yang berbeda yang di pengaruhi pengalam mereka. Pertama, informan memiliki pengalaman menonton drama korea dan mempengaruhi persepsi terhadap alur maju mundur yang digunakan dalam iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi “Sore-Istri dari masa depan”, Menurut informan alur maju mundur yang digunakan kemungkinan mengadaptasi drama korea. Kedua, Informan memiliki pengalaman tentang kota Jakarta dan mempengaruhi persepsi Jakarta dalam iklan “Sore-Istri dari masa depan” yang menurut informan tidak mempersepsikan kotanya. Ketiga, Informan memiliki pengalaman menonton film dengan mengangkat kisah nyata dan mempengaruhi persepsi terhadap iklan “Sore-Istri dari masa depan”, menurut informan iklannya tidak logis dan tidak dapat di aplikasikan dalam kenyataan.

Empat diantaranya memiliki persepsi yang berbeda di karenakan memiliki pengaruh latar belakang kebudayaan sehingga memiliki persepsi tersendiri dan berbeda dari enam informan. Pertama , Latar belakang budaya sistem matrelineal mempengaruhi persepsi informan terhadap peran Sore dalam iklan “Sore-Istri dari masa depan”, Menurut informan Sore terlihat dominan di dalam iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan” dalam mengontrol suaminya Jonathan. Kedua *angle background* kota dalam iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan” belum maksimal, dan Ketiga pengaruh kebudayaan tentang sopan santun dalam kebudayaan Minangkabau mempengaruhi persepsi informan terhadap tindakan Sore membuang rokok dan minuman alkohol yang di miliki Jonathan. Menurut informan tindakan Sore sebagai orang dianggap lancang atau tidak sopan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Untuk Brand Tropicana Slim Stevia, Iklan *Webseries* Tropicana Slim Stevia versi “Sore-Istri dari masa depan” merupakan jenis iklan yang menarik untuk ditonton, penonton mendapatkan pesan tentang pentingnya kesehatan dan memulai hidup sehat.
2. Tropicana menyadari Kehadiran *gadget* membuat penonton lebih memilih menonton konten hiburan di media digital. Iklan yang menggunakan *Platform* youtube dapat menjangkau penonton anak muda. Iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi “Sore-Istri dari masa

depan” memiliki cerita yang ditargetkan kepada anak muda usia 17 tahun ke atas tapi cara pengemasan ceritanya dapat di nikmati usia 17 tahunan. Iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi “Sore-Istri dari masa depan” diharapkan dapat menginspirasi dunia periklanan Indonesia dalam membuat Iklan yang kreatif dan efektif.

3. Untuk pengiklan kehadiran *gedget* menjadi solusi dan tantangan bagi para pengiklan, keefektifan dalam menjangkau konsumen dengan pembiayaan yang relatif terjangkau di bandingkan televisi menjadikan sosial media menjadi pilihan tepat bagi perusahaan yang menysasar anak muda sebagai target *marketingnya*. Di sini para pengiklan dituntut untuk memhami pengguna *gedget*, lebih kreatif dan inovatif dalam membuat iklan yang efektif dalam mempengaruhi konsumen dengan penggunaan sosial media.
4. Untuk penelitian selanjutnya, dengan metode yang lain dapat meneliti tentang keberagaman iklan *webseries* di media sosial, untuk penelitian tentang Brand Tropicana Slim dapat meneliti tentang Strategi promosi Brand Tropicana Slim atau analisis isi Iklan *webseries* Produk Tropicana Slim Stevia.