

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada bagian akhir pembahasan skripsi ini, peneliti akan menyampaikan beberapa kesimpulan yang diperoleh berdasarkan temuan dan hasil dari penelitian ini. Berdasarkan hasil, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Tingkat Pengetahuan Produk A Mild pada Masyarakat Bandar Lampung dalam Iklan A Mild Edisi “Ultramild” melalui beberapa indikator yang dimana dapat menghasilkan nilai yang cukup tinggi. Indikator yang memperoleh hasil tertinggi yaitu Produk sebagai Kumpulan Atribut, dengan berisikan pernyataan mengenai nama, logo, warna kemasan, informasi dalam iklan, serta informasi mengenai penjualan, memperoleh nilai yang cukup tinggi. Sedangkan, Indikator terendah namun hasilnya masih tergolong tinggi yaitu Produk sebagai Pemuas Nilai, berisikan pernyataan mengenai makna dari logo, hingga makna dalam iklan A Mild edisi “Ultramild”.

Berdasarkan identitas responden, diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan status terbanyak adalah masih merokok atau merupakan perokok aktif. Mayoritas responden juga memiliki pendidikan akhir yaitu S1/S2/S3 dengan range usia yaitu 25-29 tahun dan memilih untuk memiliki pekerjaan sebagai wirausahawan atau memiliki usaha sendiri.

## **V.2 Saran**

Melalui penelitian ini mengenai tingkat pengetahuan produk A Mild pada masyarakat Bandar Lampung dalam iklan A Mild edisi “Ultramild” yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik saran teoritis maupun praktis.

### **V.2.1 Saran Akademis**

Penelitian yang berhubungan dengan produk A Mild ini, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan tingkat kepuasan konsumen. peneliti nantinya bisa memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih dalam lagi mengenai kepuasan masyarakat Bandar Lampung terhadap produk A Mild, serta lebih mencari tahu lagi mengenai informasi pada produk A Mild. Kelemahan pada penelitian ini, peneliti tidak dapat menggunakan seluruh indikator pada variabel tingkat pengetahuan produk, oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai produk A Mild diharapkan dapat menggunakan seluruh indikator yang ada pada variabel tingkat pengetahuan produk.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Perusahaan H.M. Sampoerna sekaligus produk A Mild, perlu memberikan informasi lebih lengkap dalam iklannya baik melalui logo maupun mengenai produknya. Hal ini dapat menambah pengetahuan konsumen sekaligus perokok untuk mengetahui mengenai informasi produk A Mild, serta dapat menarik minat perokok untuk beralih kepada produk A Mild. Tidak hanya melalui media promosi iklan

melalui televisi, namun perusahaan H.M. Sampoerna harus mulai mengembangkan media promosi iklannya yaitu melalui internet, media sosial, dan masih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, Oktavia Sitanggang, A., Mursid Alfathoni, M. A., Hendra, & Diah Rosita, Y. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan* (A. Karim (ed.); Issue November). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi* (Pertama). Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations* (Seno (ed.)). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Hafied Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Kedua). Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (Kedua). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* (Revisi). Surabaya: PT REVKA PETRA MEDIA.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (I. Taufik (ed.)). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. T. (2016). *Filsafat Ilmu Hakikat Mencari Pengetahuan* (1st ed.). Sleman: DEEPUBLISH.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (M. Masykur (ed.); 9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Putranto Prasetyo, A. (2020). *Manajemen Media Massa* (D. Rachmawati (ed.)).

Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial* (A. Gunarsa (ed.)). Bandung: PT.

Reflika Aditama.

Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF,*

*DAN R&D* (Vol. 4, Issue 1). Bandung: CV. ALFABETA.

Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian* (Florent (ed.)). Yogyakarta: Pustaka

Baru Press.

Wawan, A., & M., D. (2018). *Teori Pengukuran Pengetahuan Sikap Dan Perilaku*

*Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

## **JURNAL**

Adnjani, M. D., & Trimannah. (2021). Tingkat Pengetahuan dan Persepsi

Masyarakat Jawa Tengah tentang Virus Corona di Masa Pandemi Covid-19.

*Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9(2), 88–100.

Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh Keterlibatan Dan Pengetahuan

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan.

*Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.

Apriliyanti, F. (2020). Pengaruh Terpaan Kanal Detikpemilu Detik . Com. *Jurnal*

*Studi Jurnalistik*, 2(2), 146–156.

Arista, D., & Sri, R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, dan Citra Merek terhadap

Minat Beli Konsumen. *Aset*, 13(1), 37–45.

Asmara, M. Z., & Butsi, F. I. (2022). Pengaruh publisitas terhadap pengetahuan

dan sikap masyarakat pada partai berkarya di kota medan menghadapi

pemilu tahun 2019. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(1), 5–10.

Cinditya P, D. K. (2020). PENGARUH DIGITAL INFLUENCER DAN

INTENSITAS EVENT TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN  
KHALAYAK DI INSTAGRAM. *CoverAge: Journal of Strategic  
Communication*, 10(2), 19–29.

Hatta, H. (2018). Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Wartawan Terhadap  
Kode Etik Harmin Hatta Jurnalistik (Wartawan Kota Makassar) ]. *Jurnal  
Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 04(2), 241–255.

Herdono, I., & Ningtyas, A. W. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan YouTube  
“LondoKampung” terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan Pada  
Subscribers di Surabaya. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 93–101.

Jurdjo, D. P., & Mutma, F. S. (2020). Pemaknaan Penonton Dewasa Muda  
terhadap Pesan Pendidikan Seksual dalam Film Dua Garis Biru. *Komunikasi*,  
14(2), 187–198. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/6634>

Kusnarto. (2009). TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA  
TENTANG PROGRAM ASTAMA DI JAWA POS. *Jurnal Ilmu Komunika*,  
1(2), 130–140.

Retnaningsih, R. (2016). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Tentang Alat  
Pelindung Telinga Dengan Penggunaannya Pada Pekerja Di PT. X. *Journal  
of Industrial Hygiene and Occupational Health*, 1(1), 774–785.  
<https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1401060>

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek  
Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal  
Simetrik*, 11(1), 432. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sanita, S., Kusniawati, A., & Lestari, M. N. (2019). Pengaruh Product Knowledge  
Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana

Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management Journal*, 1(3), 169–184.

Sapma Apriliana, N., & Priyo Utomo, E. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190.

<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>

Setiyaningsih, L. A. (2017). Korelasi terpaan media kie (komunikasi, informasi dan edukasi) penanggulangan hiv dan aids dengan tingkat pengetahuan pekerja seks perempuan. *Jurnal Nomosleca*, 3(1), 551–567.

Susanto, A., Barlian, A. A., Latifah, U., & Suwito, K. N. (2021). HUBUNGAN TERPAAN MEDIA DENGAN TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG COVID-19 COVID-19. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, IV(Ii), 161–168.

## **INTERNET**

Youtube. (2022, 22 September). IKLAN A MILD “Bukan Main” • 60s (2022).

Youtube.com [Online]. Diakses pada tanggal 23 Januari 2023 dari <https://youtu.be/8LA0jRF0kkc>.

Ahdiat, Adi. (2022, 28 Oktober). Penjualan Rokok HM Sampoerna Meningkatkan,

Ini Merek Paling Laku. [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) [Online]. Diakses pada tanggal 23 Januari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/penjualan-rokok-hm-sampoerna-meningkat-ini-merek-paling-laku>.

Kusnandar, Viva Budy. (2023, 12 Januari). Ini Wilayah dengan Porsi Penduduk

Merokok Terbanyak di Indonesia. [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) [Online].

Diakses pada tanggal 23 Januari 2023 dari

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/12/ini-wilayah-dengan-porsi-penduduk-merokok-terbanyak-di-indonesia>.

BPS. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022. [Bandarlampungkota.bps.go.id](http://bandarlampungkota.bps.go.id) [Online]. Diakses pada tanggal 23 Januari 2023 dari

<https://bandarlampungkota.bps.go.id/indicator/12/86/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.

<https://www.fortuneidn.com/business/surti/sampoerna>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2023

RI, BPK. Kota Bandar Lampung. [Lampung.bpk.go.id](http://lampung.bpk.go.id) [Online]. Diakses pada tanggal 26 April 2023 dari <https://lampung.bpk.go.id/kota-bandar-lampung/>.

Candra, Asep. (2012, 11 September). Perokok Laki-laki di Indonesia Capai 67 Persen. [Lifestyle.kompas.com](http://lifestyle.kompas.com) [Online]. Diakses pada tanggal 14 Mei 2023 dari

<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/09/11/19275290/Perokok.Lakilaki.di.Indonesia.Capai.67.Persen#:~:text=JAKARTA%2C%20KOMPAS.com%20--%20Perokok,merokok%20sebesar%20%2C7%20persen>.

Opendata. (2020, 23 Agustus). 1 dari 4 Penduduk Jabar Adalah Perokok. [Opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id) [Online]. Diakses pada tanggal 17 Mei 2023 dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/1-dari-4-penduduk-jabar-adalah-perokok>.

Azizah, Nora. (2019, 13 November). Ini Penyebab Jumlah Perokok Anak Tinggi di Indonesia. [Ameera.republika.co.id](http://ameera.republika.co.id) [Online]. Diakses pada tanggal 17 Mei

2023 dari <https://ameera.republika.co.id/berita/q0v52s463/ini-penyebab-jumlah-perokok-anak-tinggi-di-indonesia>.

CNBC. (2023, 03 Januari). 16 Juta Pemuda RI Perokok, Provinsi Ini Paling Doyan Ngebul. Cnbcindonesia.com [Online]. Diakses pada tanggal 20 Juni 2023 dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230103112614-33-402351/16-juta-pemuda-ri-perokok-provinsi-ini-paling-doyan-ngebul>.

Hutabarat, Saur. (2017, 13 Maret). Umur Merokok. Mediaindonesia.com [Online]. Diakses pada tanggal 21 Juni 2023 dari [https://mediaindonesia.com/podiums/detail\\_podiums/864-umur-merokok](https://mediaindonesia.com/podiums/detail_podiums/864-umur-merokok).