

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis komunikasi iklan media sosial instagram pada aplikasi kesehatan Halodoc, Alodokter dan KlikDokter secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa komunikasi iklan media sosial instagram pada mahasiswa aktif Universitas Darma Persada Jakarta Timur tahun ajaran 2022 cukup efektif, karena nilai CRI lebih besar dari total respon yang hilang di masing-masing tahapan CRI. Hal ini dapat dilihat dari data yang diambil berdasarkan kuesioner yang diolah di Universitas Darma Persada Jakarta Timur mengenai efektivitas komunikasi iklan media sosial instagram pada aplikasi kesehatan Halodoc, bahwa responden mengetahui aplikasi kesehatan Halodoc dengan tingkat *awareness* sebesar 93%, *comprehend* sebesar 83%, *interest* sebesar 91%, *intentions* sebesar 91%, sebagian besar mahasiswa melakukan tindakan pembelian (*action*) sebesar 83% dari 64 responden. Selanjutnya mengenai efektivitas komunikasi iklan media sosial instagram pada aplikasi kesehatan Alodokter mahasiswa tidak jauh berbeda dengan aplikasi kesehatan Halodoc dengan diperoleh *awareness* sebesar 83%, *comprehend* sebesar 86%, *interest* sebesar 94%, *intentions* sebesar 94%, dan *action* sebesar 89%. bahwa sebagian besar mahasiswa melakukan tindakan pembelian (*action*) sebesar 89% dari 63 responden. Selanjutnya mengenai efektivitas komunikasi iklan media sosial instagram pada aplikasi kesehatan

KlikDokter mahasiswa diperoleh *awareness* sebesar 70%, *comprehend* sebesar 71%, *interest* sebesar 88%, *intentions* sebesar 91%, dan *action* sebesar 87%. bahwa sebagian besar mahasiswa melakukan tindakan pembelian (*action*) sebesar 87% dari 40 responden. Hal ini terjadi karena aplikasi kesehatan KlikDokter kehilangan respon yang cukup besar pada tahapan *awareness* sebanyak 30% dari 100 responden sehingga dapat mempengaruhi terhadap tindakan pembelian. Sehingga dari hasil CRI ketiga aplikasi kesehatan tersebut didapatkan hasil aplikasi kesehatan alodokter mendapat nilai CRI sebesar 56% lebih baik dari aplikasi kesehatan halodoc yang mendapatkan nilai CRI sebesar 53% dan aplikasi kesehatan KlikDokter yang mendapatkan nilai CRI sebesar 44%.

Untuk itu perusahaan perlu selalu memperbaiki dan meningkatkan komunikasi iklan media sosial secara keseluruhan agar konsumen semakin tertarik, percaya, dan mau menyarankan atau mempromosikan kepada orang lain. Keberhasilan dalam mengkomunikasikan suatu iklan ditentukan oleh seberapa puas konsumen terhadap iklan produk tersebut sehingga melakukan tindakan pembelian (*action*) untuk mengkomunikasikan suatu iklan akan produk tersebut. Akan tetapi aplikasi kesehatan Halodoc, Alodokter dan KlikDokter cukup mampu mencapai taraf tersebut dalam mengkomunikasikan suatu iklan pada produknya

5.2. Saran

Dari hasil penelitian, Analisa dan hasil kesimpulan di atas, berikut saran yang dapat disampaikan bahwa aplikasi kesehatan Halodoc berhasil mengkomunikasikan iklannya dengan baik dan, akan tetapi dalam mengkomunikasikan iklannya perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil dari penelitian pada Mahasiswa Universitas Darma Persada Jakarta yang dilakukan peneliti, aplikasi kesehatan Halodoc masih banyak kehilangan respon pada tahap *action* 17% (11 responden) hal ini perlu ditingkatkan lagi yaitu dengan menambah frekuensi penanyangan iklan di media sosial instagram mengenai keunggulan yang dimiliki aplikasi kesehatan Halodoc dan mengevaluasi hasil promosi.

Sedangkan berdasarkan hasil dari penelitian pada Mahasiswa Universitas Darma Persada Jakarta yang dilakukan peneliti, aplikasi kesehatan Alodokter masih kehilangan respon pada tahap *comperhand* 84% (12 responden). Hal ini perlu ditingkatkan lagi yaitu dengan cara membuat promosi iklan yang lebih tepat dan mengevaluasi hasil promosinya.

Selanjutnya berdasarkan hasil dari penelitian pada Mahasiswa Universitas Darma Persada Jakarta yang dilakukan peneliti, aplikasi kesehatan KlikDokter masih kehilangan respon pada tahap *awareness* 30% (30 responden). Hal ini perlu ditingkatkan lagi yaitu dengan cara memperbanyak tayangan iklan di media sosial instagram agar lebih banyak lagi masyarakat yang tau akan merek tersebut.