

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kredibilitas bintang iklan Jonathan Christie dalam iklan Pocari Sweat Edisi Asian Games 2018 terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dilihat dari hasil penelitian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bintang iklan (Jonathan Christie) dalam iklan Pocari Sweat Edisi Asian Games 2018 mampu mengetahui persepsi responden tentang konsep maskulinitas, sehingga terbentuklah persepsi bahwa pria maskulin tercermin pada sosok Jonathan Christie. Adapun nilai korelasinya adalah positif yang dapat diartikan bahwa semakin kredibel seorang bintang iklan maka akan semakin tinggi pengaruhnya kepada responden dalam mempersepsikan konsep pria yang maskulin. Nilai kontribusi kredibilitas dalam membentuk persepsi wanita tentang maskulinitas adalah sebesar 48,7 persen.
- b. Jika disimpulkan secara parsial dari masing-masing dimensi variabel X maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:
 1. Dimensi daya tarik (X_1) berpengaruh pada persepsi maskulinitas sebesar 15,24 persen. Nilai korelasinya adalah 0,495 yang termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Selain itu, nilai korelasi diatas adalah positif sehingga jika terjadi peningkatan daya tarik maka akan tinggi pula pengaruhnya kepada responden dalam mempersepsikan konsep maskulinitas.
 2. Dimensi selanjutnya adalah dimensi kepercayaan (X_2) yang memiliki pengaruh terbesar diantara dimensi lain terhadap terbentuknya persepsi maskulinitas yaitu sebesar 19,53 persen, dengan nilai korelasi 0,573 yang berarti berada di kategori sedang dan nilai korelasi positif sehingga semakin besar tingkat kepercayaan responden terhadap bintang iklan maka akan semakin tinggi pengaruhnya kepada responden dalam mempersepsikan konsep maskulinitas.

3. Dimensi terakhir yaitu dimensi keahlian (X_2) yang memiliki pengaruh terkecil terhadap terbentuknya persepsi maskulinitas sebesar 13,39 persen, dengan nilai korelasi 0,529 yang berarti berada di kategori sedang. Nilai korelasi positif sehingga semakin besar tingkat keahlian bintang iklan maka akan semakin tinggi pengaruhnya kepada responden dalam mempersepsikan konsep maskulinitas.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian, dapat dilihat bahwa kredibilitas bintang iklan (Jonathan Christie) dalam iklan Pocari Sweat Edisi Asian Games 2018 memiliki pengaruh terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas. Sehingga, hasil penelitian ini dapat diimplikasikan sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis dari hasil penelitian yakni adanya korelasi dengan tingkat sedang dari dimensi daya tarik (X_1) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas. Hal ini dibuktikan bahwa ketampanan, dan tampilan tubuh yang ideal yang termasuk pada dimensi daya tarik sehingga timbulnya persepsi baru dari responden terhadap konsep maskulinitas. Maka kajian dimensi daya tarik dianggap berperan penting untuk mengubah persepsi maskulinitas.

Adanya pengaruh korelasi dengan tingkat sedang dari dimensi daya tarik dari kredibilitas bintang iklan Jonathan Christie terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik seorang bintang iklan maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap responden dalam mempersepsikan konsep maskulinitas, hal ini mengandung implikasi agar kedepannya Pocari Sweat akan lebih baik mencari bintang iklan yang memiliki daya tarik tampilan fisik yang lebih menarik guna terbentuknya iklan efektif.

2. Implikasi teoritis dari hasil penelitian yakni adanya korelasi dengan tingkat sedang dari dimensi kepercayaan (X_2) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas. Hal ini dibuktikan bahwa kemandirian, kejujuran, dan ketulusan yang termasuk pada dimensi kepercayaan sehingga timbulnya persepsi baru dari responden terhadap konsep maskulinitas.

Maka kajian dimensi kepercayaan dianggap berperan penting untuk mengubah persepsi maskulinitas.

Terdapat pengaruh yang sedang antara dimensi kepercayaan dari kredibilitas bintang iklan (Jonathan Christie) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas menunjukkan bahwa Pocari Sweat harus memilih bintang iklan yang memiliki kepercayaan publik yang tinggi pada iklan yang akan dibuat berikutnya. Implikasi teoretis dimensi kepercayaan dari kredibilitas bintang iklan diharapkan dapat menyumbang kajian lebih lanjut mengenai topik komunikasi persuasi terutama dalam mengkaji tayangan iklan.

3. Implikasi teoritis dari hasil penelitian yakni adanya korelasi dengan tingkat sedang dari dimensi keahlian (X_3) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas. Hal ini dibuktikan bahwa pengetahuan, pengalaman dan tingkat kualifikasi yang termasuk pada dimensi keahlian sehingga timbulnya persepsi baru dari responden terhadap konsep maskulinitas. Maka kajian dimensi kepercayaan dianggap berperan penting untuk mengubah persepsi maskulinitas.

Adanya pengaruh positif yang sedang antara keahlian dari kredibilitas bintang iklan (Jonathan Christie) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas menunjukkan bahwa pada iklan Pocari Sweat yang akan dibuat berikutnya, akan lebih efektif jika Pocari Sweat terlebih dahulu menseleksi calon bintang iklan berdasarkan keahliannya dan kompetensinya. Dalam implikasi teoretis dimensi keahlian dari kredibilitas bintang iklan diharapkan mampu menyumbang penelitian mengenai topik komunikasi persuasi melalui tayangan iklan dalam mengubah persepsi, serta sebagai referensi penelitian selanjutnya.

4. Dari kajian implikasi teoretis penelitian mengenai kredibilitas bintang iklan terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas ini membuktikan bahwa asumsi *rute perifer* dalam *Elaboration Likelihood Model* yang menyatakan bahwa kredibilitas komunikator memiliki peran penting dalam proses komunikasi persuasi memang benar adanya. Model ini terbukti dalam penelitian ini karena tingkat kredibilitas (Jonathan

Christie) mampu mengubah persepsi wanita dalam menilai konsep pria maskulin.

Terdapat pengaruh positif yang tinggi secara simultan dari kredibilitas bintang iklan (Jonathan Christie) terhadap persepsi wanita tentang maskulinitas menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kredibilitas bintang iklan dimata penonton maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap responden dalam mempersepsikan konsep pria maskulin. Hal ini juga mengandung implikasi agar pada iklan berikutnya Pocari Sweat mampu mengevaluasi calon bintang iklan dalam berbagai pertimbangan penting, seperti tidak hanya pada tingkat kepopulerannya namun juga berdasarkan tingkat kredibilitas personalnya.

5.3 Rekomendasi

Dari hasil penelitian, peneliti mencoba memberikan rekomendasi atau masukan bagi beberapa pihak yang mungkin dapat jadi pertimbangan sehingga dapat digunakan, sebagai berikut:

5.3.1 Untuk Akademik

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu mengkaji persepsi maskulinitas dari sudut pandang pria dengan skala maskulinitas lain dan dengan variabel bebas lainnya yang termasuk dalam kajian ilmu komunikasi, sehingga dapat menyumbang dan melengkapi penelitian dengan konsep *gender*. Selain itu, peneliti selanjutnya bisa memilih responden dari kalangan usia yang berbeda dengan cakupan wilayah yang lebih luas lagi.

5.3.2 Untuk Perusahaan

1. Perlunya menyeleksi nama-nama artis/aktor yang akan dijadikan sebagai bintang iklan Pocari sweat berdasarakan tampilan fisiknya, seperti pertimbangan postur tubuh, pembawaan tampilan yang berkelas, dan tampilan idel dari wajah.
2. Perlunya menyeimbangkan pemilihan bintang iklan bukan pada tampilan fisik saja, namun pada tingkat kepercayaan responden terhadap bintang iklan seperti faktor, kemandirian, tingkat tanggung jawab, serta tingkat kejujura., meskipun tingkat kepercayaan ini bersifat

abstrak namun perusahaan selalu punya pilihan untuk memiliki bintang iklan yang memiliki kepercayaan publik yang tinggi meskipun kepercayaan hanya secara umum saja.

3. Perlunya mengevaluasi dimensi keahlian dari bintang iklan, dalam memilih bintang iklan perusahaan harus memulai dengan menjawab pertanyaan seahli apa dia, seberkualifikasi apa dia, seberpengalaman dia, dan seterlatih apa dia.
4. Perlunya perencanaan pemilihan bintang iklan yang detail dan menyeluruh, mengingat pemilihan bintang iklan adalah poin krusial dalam terbentuknya iklan yang efektif.