

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

1. Tayangan iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi menarik perhatian sebagian besar informan sehingga ingin mencobanya
2. Sebagian besar informan mengetahui susu formula untuk ibu hamil dan iklannya sejak mereka menikah dari media televisi dan berharap setelah melihat iklan tersebut bermanfaat, menambah pengetahuan.
3. Sebagian besar informan menyukai penampilan iklan secara keseluruhan, mengetahui tujuan dari penayangan iklan, jenis iklan, mengerti mengenai pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut.
4. Sebagian besar informan mempercayai adanya pantangan tertentu yang tidak boleh dilakukan selama masa kehamilan, namun mereka tidak terlalu memperhatikan hal tersebut bahkan tidak terlalu percaya.
5. Sebagian besar informan mengetahui jumlah iklan susu formula untuk ibu hamil yang ditayangkan di media televisi lebih dari satu iklan susu formula, seperti iklan susu Prenagen, Lactamil, dan Anmum.
6. Sebagian besar informan mengetahui kandungan susu itu bagus, untuk kesehatan janin dan ibunya termasuk untuk perkembangan otak bayi.
7. Sebagian besar informan menyarankan agar iklan tersebut tidak boleh terlalu berlebihan atau terlalu mengada-ada.

8. Semua informan sering menonton televisi dalam setiap harinya. Sebagian besar informan menonton televisi pada waktu luangnya yaitu pada malam hari. Sebagian kecil informan menonton pada waktu siang hari.
9. Sebagian besar informan sering melihat tayangan iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi mulai waktu pagi sampai sore hari. Sebagian kecil informan terkadang melihat iklan susu formula untuk ibu hamil di televisi, dan tidak setiap hari melihat tayangan iklan tersebut.

7.2. Saran

1. Agar Puskesmas memperhatikan promosi kesehatan tentang asupan gizi bagi ibu hamil yang harus dipenuhi karena tidak semua ibu hamil mampu membeli susu formula untuk ibu hamil
2. Penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi dan bahan kajian bagi peningkatan kualitas pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas.
3. Agar pengiklan lebih memperhatikan unsur komunikasi pendidikan perilaku sehat melalui pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan pengetahuan dan pendidikan dari iklan tersebut.
4. Untuk peningkatan kualitas iklan susu formula untuk ibu hamil sebaiknya pengiklan melakukan peninjauan penelitian konsumen dalam membuktikan manfaat yang dapat diberikan kepada khalayak sasaran.