

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Iklan Sasha pasta gigi siwak ini adalah sebuah iklan yang mengandung kejanggalan dalam mengemas tayangan sehingga lepas dari lingkaran keaslian iklan yang membuat masyarakat memandang produk hanya dengan kemasan maupun tayangan tidak lagi meliat dengan keaslian produk itu sendiri. Menurut peneliti Bentuk kepalsuannya terdapat pada adegan membaca Al- qur'an dan tagline "Waktunya Berhijrah". adanya iklan ini telah membuat pola konsumsi masyarakat Indonesia agar tetap berada dalam keadaan dimana mereka terjebak pada komsumsi yang salah kaprah. Masyarakat dibuat menjadi semakin terjebak dalam pola konsumsi yang kehilangan esensi. Konsumsi yang seharusnya menempatkan pemenuhan kebutuhan sebagai alasan utama, tergeser menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensi dan citra dirinya.

Ambiguitas yang terdapat dan terlihat jelas dalam iklan ini adalah dimana ketika sebuah iklan pasta gigi yang pada umumnya seharusnya menjual dan mempromosikan sebuah pasta gigi yang merupakan sebuah kebutuhan pokok dari setiap masyarakat berubah. Yang pada awalnya pasta gigi adalah sebuah benda yang dapat digunakan untuk membersihkan gigi sehari-hari menjadi sebuah ajakan ajaran keagamaan untuk berhijrah karena pada iklan ini terdapat *tagline* yang berbunyi waktunya berhijrah. Hal inilah yang merupakan ambiguitas yg terlihat jelas dimnan fungsi utama dari benda yang di iklankan berubah karena sebuah tagline yang memiliki ajaran keagamaan di dalamnya.

A. Saran

Berdasarkan uraian di atas penulis memberikan saran yang agar dapat di jadikan bahan pertimbangan untuk kedepannya . diharapkan saat melihat iklan tidak hanya menonton saja. hendaknya, lebih aktif dalam menemukan isi pesan yang disampaikan tayangan iklan kepada kita. sehingga bertujuan agar tidak mudah terpengaruh dan tertipu oleh sebuah iklan, dan untuk penulis selanjutnya di harapkan lebih jeli dalam melihat maupun memahami tanda-tanda dalam tayangan iklan tujuannya untuk memudahkan pada saat analisis dalam sebuah penulisan.