

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pertama, setelah dilakukan analisis pada beberapa video iklan shampoo hijab di Instagram dan Youtube, maka dapat disimpulkan bahwa iklan menggambarkan pesan-pesan yang menggiring pembeli agar mengikuti *trend* bintang iklannya, seperti Laudya Cynthia Bella, Fatin Shidqia Lubis, dan Dewi Sandra dianggap sebagai sosok yang menggambarkan kepercayaan diri, perempuan sholehah, perempuan yang sukses dalam berumah tangga, karir dan studi. *Kedua*, dalam pesan tersebut terkandung sebuah mitos yang merupakan kunci kesuksesan lakunya sebuah produk. Mitos merupakan sebuah konsep tanda pada bahasa yang dimana melebih-lebihkan kualitas suatu produk shampoo, sehingga terperangkap untuk membeli tawaran produk tersebut, hal ini berdasarkan pengamatan komentar yang ditemukan dalam aplikasi Instagram. Mitos ini tersalurkan ke khalayak dengan dukungan para bintang iklan melalui media sosial, sehingga bersifat universal.

B. Saran

Berdasarkan kajian teori dan hasil pembahasan yang dikemukakan, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa prodi Akidah dan Filsafat Islam diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan tentang teori semiotika Roland Barthes agar dapat mengetahui lebih banyak pengetahuan tentang semiotika untuk mengungkapkan makna yang ada disekeliling kehidupan ini.
2. Dengan berkembang pesatnya dunia teknologi yang semakin canggih, ada beberapa hal yang perlu diwaspadai seperti peredaran iklan yang menampilkan khasiat produk tertentu. Teknologi merupakan wadah postingan video sehingga para produser bisa memanfaatkan kesempatan ini dengan membuat video iklan sekreatif mungkin agar menjadi daya tarik pelanggan. Hal ini perlu diperhatikan, karena tidak semua khasiat produk pada iklan akan didapatkan setelah pembelian. Video iklan yang ditayangkan hanya sebagai pemanis, sedangkan kebenaran khasiat produk yang dijanjikan belum tentu sesuai dengan yang tertulis di kemasan maupun di iklan. Maka dari itu, bijaklah dalam membeli suatu produk (*be a smart buyer*).