

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian kegiatan penelitian dan berhasil mengumpulkan data, melakukan analisa terhadap data yang didapatkan dan memunculkan temuan-temuan penelitian, maka diperoleh kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian mengenai kritik sosial melalui tokoh simbah atau dukun dalam iklan cat Elastex dari Nippon Paint.

Peneliti mendapati dua nilai berlandaskan kritik sosial yang terkandung melalui tokoh simbah atau dukun dalam iklan cat Elastex dari Nippon Paint bahwa iklan tersebut mempresentasikan kritik sosial. Pertama, bobroknya sistem pemerintahan di Indonesia terutama sistem pada pelayanan publik yang masih banyak terjadi budaya suap atau nepotisme terhadap masyarakat mulai dari masyarakat kelas menengah keatas sampai masyarakat yang berekonomi rendah.

Kedua, rusaknya mental masyarakat Indonesia disebabkan budaya suap dan nepotisme yang sudah mendarah daging dan menjadi hal yang wajar di masyarakat Indonesia, masyarakat Indonesia lebih memilih cara yang instan tanpa harus berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

5.2 Rekomendasi

Selanjutnya agar penelitian ini dapat membuahkan hasil, sebagaimana penulis harapkan maka saran dari peneliti diharapkan dapat menjadi masukan atau sebagai bahan pertimbangan oleh pihak – pihak terkait. Adapun saran dari penulis sebagai berikut :

1. Bagi Instansi Perusahaan Multimedia

Bagi instansi perusahaan multimedia yang seringkali membuat sebuah iklan untuk lebih berfikir kreatif sebelum membuatnya, karena kenyamanan sebagai penonton untuk melihat iklan tergantung oleh proses pembuatannya, dimulai dari ide yang kreatif, konsep yang matang, dan kualitas peralatan yang dipersiapkan, sangat mempengaruhi hasil. Seorang penonton akan mudah untuk mengingat iklan yang bisa membuatnya senang, sedih, bahkan marah. Maka dari itu kreatifitas ide dalam pembuatan iklan sangat penting untuk diperhatikan.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan tidak hanya melihat iklan sebagai media informasi untuk memasarkan produk saja, tapi juga sebagai media penyampaian informasi dari masa ke masa yang mengandung nilai kritik terhadap fenomena yang terjadi disekitar masyarakat, selain itu masyarakat juga hendaknya, mengintropeksi prilaku sosial yang individual yang lebih mementingkan diri sendiri.

3. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah agar semakin diperketat pengawasan dalam sistem pemerintahan terutama sistem pelayanan publik yang diharapkan bisa meminimalisir budaya suap atau nepotisme

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada para akademisi yang berminat melakukan penelitian pada topik kajian yang sama, hendaknya lebih menekankan penelitian pada aspek penelitian khalayak tentang bagaimana mereka menerima dan menyikapi iklan. Penelitian khalayak ini akan melengkapi pemahaman yang komprehensif tentang hubungan antara efek komunikasi, citra produk dan realitas sosial.