

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data diatas disimpulkan bahwa telah memenuhi kriteria pesan-pesan seperti yang disarankan Mc.Luhan dalam teorinya *Medium is the message*, bahwa:

- *media lebih penting daripada pesan yang disampaikan*, ternyata masyarakat di Mekarsari sangat antusias terhadap pesan dari iklan Marjan, namun tidak melupakan Marjan sebagai produk iklannya. Iklan Marjan juga mempertahankan media penyampaian pesannya melalui iklan di setiap Ramadhan.
- *Media mengubah cara kita berpikir, bertindak dan merasakan*, ternyata Masyarakat Mekarsari setelah menonton iklan marjanmerubah mindset atau cara mereka berpikir, merasakan dan bertindak. Seperti cara mereka membuang sampah, hingga kekeluargaan antar warga mekarsari. Iklan Marjan juga membuat suasana Ramadhan dapat dirasakan melalui iklan Marjan sehingga mereka cenderung menyiapkan berbagai menu sirup kaya buka puasa dengan berbagai kategori.
- *media memiliki kemampuan untuk menciptakan dan memperkuat budaya dan nilai-nilai sosial*, ternyata pesan dari iklan Marjan berpengaruh dalam kekeluargaan dan gotong royong di kelurahan Mekarsari kota Depok. Iklan sirup juga cenderung dimaknai sebagai memperkuat nilai-nilai Ramadhan baik buka puasa, saling berbagi dan nilai-nilai religious lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, Adapun saran-saran penelitian ini, antara lain:

- Setelah membaca penelitian ini diharapkan para pengguna maupun penonton dapat memahami bagaimana bentuk pesan tersembunyi dalam iklan sirup Marjan.
- Peneliti menyarankan dilakukan penelitian yang lebih dalam terhadap aspek-aspek lain yang berkaitan dengan iklan ini.
- Disarankan bagi para perusahaan untuk membuat pesan tersembunyi yang dapat menciptakan alat pemasaran yang efektif untuk mencapai berbagai tujuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan branding mereka.
- Disarankan pula untuk Marjan agar dapat lebih kreatif dan konsisten dalam menjalankan sebuah alur cerita supaya meningkatkan citra Perusahaan sebagai merek yang inovatif, kreatif dan peduli terhadap kepuasan konsumen.

