

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemewahan yang dipresentasikan dalam iklan Sprite versi kenyataan gak seindah sosmed selebriti - makan mewah di YouTube dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kemewahan melalui penampilan, gaya hidup, dan konsumtif tinggi. Kemewahan tersebut terlihat dari potongan-potongan adegan yang ditampilkan dalam iklan. Makna kemewahan dalam iklan ini digunakan untuk mencapai tujuan iklan tersebut. Iklan Sprite versi kenyataan gak seindah sosmed selebriti bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa realitas yang ditampilkan dalam iklan tidak selalu sama dengan realitas sebenarnya.

Peneliti menemukan kemewahan-kemewahan yang terdapat dalam setiap scene dalam iklan ini mulai dari gaya hidup dengan swafoto dengan sebuah makanan mewah yang hal ini untuk menegaskan seseorang bergaya hidup mewah, lalu terdapat gaya hidup mewah yang ditunjukkan melalui pelayanan *table service* dalam restoran mewah yang mana hal ini bermakna seseorang tersebut bergaya hidup mewah karena mampu untuk makan di restoran mewah. Pemaknaan kemewahan ditampilkan juga melalui penampilan dalam iklan ini, seseorang yang mengenakan jas untuk makan di restoran menandakan ia bergaya hidup mewah karena biasanya setelan jas digunakan untuk acara formal sedangkan dalam hal ini untuk makan di restoran. Selanjutnya terdapat penampilan properti dalam restoran mewah yang menandakan sebuah hal mewah dapat digambarkan melalui properti dalam sebuah restoran. Konsumtif tinggi menjadi bagian dari kemewahan karena

dengan tingkat konsumtif yang tinggi makan perlu biaya yang tinggi, hal ini merupakan sebuah kemewahan yang tidak semua orang dapat miliki.

Kemewahan yang terdapat dalam iklan ini dan tujuan dari iklan ini selaras dengan teori yang disampaikan oleh Jean Baudrillard yaitu hiperealitas. Realitas yang ada dalam iklan ini tidak sama dengan realitas sesungguhnya sehingga terjadi ketidakjelasan antara realitas semu dan realitas sebenarnya.

5.2 Saran

Saran Teoritis

Peneliti mengakui bahwa dalam penelitian ini, terdapat kekurangan dalam sumber dan referensi yang terkait dengan topik penelitian yang digunakan. Hal ini menjadi saran bagi peneliti yang akan membahas mengenai kemewahan untuk kedepannya agar memperbanyak sumber-sumber serta referensi sesuai topik permasalahan yang diangkat.

Saran Praktis

Produsen iklan yang akan memproduksi iklan, baiknya lebih mementingkan unsur yang terkandung didalamnya agar selaras dengan realitas yang ada. Gambaran yang ditampilkan melalui iklan dapat dengan mudah diserap oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat terjebak dalam realitas semu yang ada. Gambaran realitas yang berlebihan mampu membuat masyarakat menjadi sulit membedakan realitas semu dan asli. Hal ini perlu diperhatikan produsen iklan saat memproduksi iklan yang akan disebarakan ke masyarakat.