

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Iklan-iklan yang ada pada saat ini banyak yang mengusung konsep kedaerahan maupun kebudayaan dan banyak iklan-iklan tersebut yang ditampilkan dengan sangat kreatif, tak terkecuali dengan iklan Bukalapak. Setiap iklan dari promosi-promosi Bukalapak sangat kreatif dan berkesan kepada setiap penontonnya. Pada iklan Bukalapak versi Bukalapak Nego Cincai mengusung konsep kebudayaan Indonesia, khususnya budaya Tionghoa yang telah mengalami asimilasi budaya dengan Indonesia dan budaya Tionghoa telah diakui sebagai salah satu budaya yang ada di Indonesia. Adapun kesimpulan makna yang ada di dalam iklan Bukalapak versi Bukalapak Nego Cincai dilihat dalam konteks Kebudayaan Kontemporer dalam iklan pada video ini adalah :

1. Iklan Bukalapak ini menampilkan mitos-mitos unsur kebahagiaan dan suka cita dalam menyambut Tahun Baru Imlek, yang banyak digambarkan dari tanda-tanda seperti warna, pewatakan aktor dalam iklan, teks yang tiba-tiba muncul bagai melakukan karouke, bahkan tujuan dari munculnya iklan bertemakan budaya Tionghoa, dan hal-hal lainnya ini merupakan perwujudan dari suka cita dan kebahagiaan dalam menyambut perayaan Tahun Baru Imlek.
2. Iklan ini ingin terlihat sangat Indonesia dengan menampilkan unsur budaya Tionghoa yang sangat mudah dikenali dan terlihat sedikit lucu dengan logat/aksen bahasa yang mereka gunakan. Penggunaan bahasa yang mengandung mitos dalam iklan ini merepresentasikan komunikasi lintas budaya dalam video iklan ini dipergunakan untuk menggambarkan bahwa budaya Indonesia bersatu padu dan mengalami percampuran atas budaya yang

bervariasi. Hal ini digambarkan melalui budaya Tionghoa dalam iklan ini penggunaan kata dan bahasa verbal dan nonverbal yang terpapar dalam video iklan ini bekerja dengan baik menggambarkan budaya Tionghoa yang ada di Indonesia saat ini telah banyak mengalami asimilasi dengan budaya lain dan menampilkan bentuk dari negara kesatuan Republik Indonesia.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah diperoleh peneliti selama melakukan penelitian, ada beberapa saran yang penulis anggap perlu, saran-saran tersebut adalah :

1. Diharapkan kedepannya iklan Bukalapak tetap menampilkan ide-ide yang segar, menarik, dan kreatif, tetapi tetap dalam etika yang baik sesuai dengan norma dan sopan santun yang dianut bangsa Indonesia.
2. Iklan tidak hanya berfokus kepada keuntungan komersil saja, tapi pesan yang terkandung di dalamnya hendaknya member nilai moral yang lebih kepada masyarakat. Iklan Bukalapak diharapkan tetap kreatif dalam menyampaikan budaya-budaya Indonesia yang ada dan sebisa mungkin hal itu tetap dipertahankan.
3. Diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan manfaat dan menjadi refrensi bagi para peneliti lain yang ingin meneliti makna dalam iklan televisi dan sejenisnya.