

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Setelah diuraikan secara panjang dan lebar pada bab sebelumnya mengenai cuplikan video tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya iklan mengenai rokok tidak melulu membahas tentang rokok. Seperti peneliti jelaskan iklan rokok edisi bulan ramadan tahun lalu justru menggambarkan pesan-pesan dakwah Islam yang terkandung didalamnya yang dikemas dalam tampilan video singkat yang dijelaskan melalui tulisan dan suara narrator sehingga dapat menarik perhatian bagi penontonnya yang dikemas dengan audio visual yang dapat lebih memperjelas penggambaran videonya. Sesuai dengan suasana waktu ditayangkannya iklan tersebut, pada bulan ramadan. Maka, dalam iklan tersebut disisipkan makna tersirat yang bisa menjadi bagian dari siar Islam atau pesan dakwah. Utamanya adalah tentang menjaga hati, menjaga sikap dan perilaku, menahan ego dan amarah, menumbuhkan rasa ikhlas dan sabar, serta ajakan untuk tetap optimis dan tidak mudah putus asa. Seperti apa yang disampaikan dalam paradigma naratif itu sendiri, bahwasannya manusia adalah makhluk pencerita yang memahami kehidupan itu sebagai serangkaian narasi yang sedang berlangsung sebagai pertimbangan akan nilai, emosional, estetika keindahan dimana itu sudah menjadi dasar keyakinan dan perilaku dalam keseharian.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan analisis terhadap iklan PT.Djarum hikmah puasa edisi ramadan 2021, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut: *pertama*, sebagai masyarakat atau publik penikmat iklan sudah sepantasnya untuk dapat lebih memperhatikan pesan tersurat dan tersirat apa yang disampaikan oleh iklan. Sehingga kita dapat lebih kritis lagi dalam memahami iklan tersebut, pada dasarnya manusia adalah seorang pencerita yang mana pertimbangan mengenai nilai, emosi, dan keindahan itu menjadi dasar dan keyakinan dalam perilaku kita. Jadi sudah tidak asing lagi apabila cerita itu efektif dan sesuai dengan nilai-nilai maka sudah pasti akan dianut oleh pendengarnya. *Kedua*, untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk lebih teliti lagi dalam melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan analisis paradigma naratif, sebab tidak banyak ditemui referensi yang membahas

mengenai paradigma naratif ini dalam proses penelitian. *Ketiga*, kepada pihak kampus khususnya pada fakultas dakwah dan komunikasi islam, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan atau referensi guna penelitian selanjutnya yang mengangkat tema yang sama dalam penelitian analisis paradigma n

